

TÜRKİYE TEKSTİL SANAYİİ İŞVERENLERİ SENDİKASI AYLIK DERGİSİ

SAYI: 395 - KASIM 2013

TEKSTİL İŞVEREN

BİR BAŞARI ÖYKÜSÜ

SASA

Nobel ödüllü iktisatçı
Paul Krugman
Ekonomi gündemini yorumluyor

Tekstil

+ borsanın gözdesi

Yalın ve aykırı tasarımcı

ÜMİT ÜNAL

Yeni pazarlar
fırsatlarla dolu!

Tekstilin
'BEŞİ BİR
YERDE'Sİ

Bereketli topraklar üzerinde

Vietnam

TEKSTİL LOJİSTİĞİNDE
YENİ TRENDLER

ATATÜRK'Ü ANLAMAK:
SÜMERBANK

EURATEX'TE 2025
VİZYONUNU KONUŞTUK



Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası

Metrocity A Ofis Blok Büyükdere Cad. No: 171 K.19 34330 1. Levent - İstanbul
Tel: (0212) 344 07 77 (Pbx) Fax: (0212) 344 07 66-67
www.tekstilisveren.org.tr info@tekstilisveren.org.tr

Başkan'dan



TÜİK verilerine göre, 2013'ün ilk 3 çeyreğinde tekstilde yüzde 8.5, konfeksiyon da ise yüzde 9.1 ihracat artışı yaşandı. Aynı dönemde yapılan ihracatın \$/kg oranı tekstilde 2.46, konfeksiyonda 18.97. Tekstilin 6.2 milyar dolarlık ihracatının yüzde 45'ini daralan Avrupa Birliği (AB) ülkelerine gerçekleştirmesi dikkat çekici. Geleneksel pazarlardaki ihracat payımızı korurken, sektörümüzün başarılı temsilcilerinin farklı kıtalarda 190 ülkeye tekstil ve hazır giyim ihracatı yapması bizi gururlandırıyor.

Sektörümüze yönelik Temmuz 2011'de yürürlüğe giren ek vergi uygulaması, yerli üreticileri verimli ve kaliteye odaklı üretim yapmalarına olanak sağladı. Artan ihracat ve azalan ithalat, sektörün net ihracatçı konumunu yükseltiyor. Aynı zamanda bu uygulama, geçen 2 yıllık dönemde tekstil ve hazır giyim sektörlerinde 140 binden fazla yeni istihdam yarattı. Alınan bu karar, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün eşit şartlar altında dünya pazarındaki rekabet gücünü ortaya koydu. Bu anlamda ek vergi kararının devamı, üretim kalitesinin yükselmesi, en büyük yapısal problemimiz cari açık ve istihdam sorunun çözümü için büyük önem taşıyor.

İçinde olduğumuz Milenyum döneminde; ürün çeşitliliği, seçenek fazlalığı ve değişim hızı açısından marjinal noktalara doğru giden bir oluşuma şahit oluyoruz. Bu evrensel değişim öncelikle tekstil ve hazır giyim sektöründe kendini hissettirdi. Sektörde değişimin itici gücünü teşkil eden tüketicilerin, bilgi teknolojilerini kullanarak karar verme ve satın alma süreçlerini etkilemesi, üreticilerin de farklı bir faza geçmesine neden oldu.

İnovasyona odaklanmak sanayiciler için elzem hale geldi. Esnek ve bölgesel hızlı tedarik zincirlerinin önemi her geçen gün artıyor. Giyim sanayinde ise kar marjları, üretim bölgeleri ve üretim süreçlerinden dağıtım alanına kayıyor. Hiç kuşkusuz, önümüzdeki 10 yılda daha fazla teknoloji bazlı değişim yaşayacağız.

Yarına hazır olmak için, şu soruyu kendimize sormalıyız: Dijital çağ perakendeciliğinin koyduğu oyunun kurallarına, geleneksel sanayiciler ne kadar hazır?

Mutlu ve huzurlu bir ay dileğimle.

Muharrem Kayhan
Yönetim Kurulu Başkanı

Tekstil İşveren Dergisi

Kasım 2013 Sayı: 395

Türkiye Tekstil Sanayii
İşverenleri Sendikası Adına
İmtiyaz Sahibi
Muharrem Kayhan

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Av. Başar Ay

Yayın Danışma Kurulu
Av. Samim Ergeneli
Levent Oğuz

Basın Müşaviri
Mine Şenkul Ergüven

Yayın Kurulu
Lerzan Öztürk
Av. Çiğdem Subaşı
Av. Ömer Emre Kaynak
Bora Kocaman
Ceren Ermiş
Çiğdem Yıldız

İdari Merkezi
Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası
Metrocity A Ofis Blok Büyükdere Cad. No: 171 K.19
34330 1. Levent-İstanbul
Tel: (0212) 344 07 77 (Pbx)
Fax: (0212) 344 07 66-67
www.tekstilisveren.org.tr

Görsel Yönetmen
Murat Kars

Baskı
Bilnet Matbaacılık
Biltur Basım Yayın ve Hizmet A.Ş.
Yukarı Dudullu Organize Sanayi Bölgesi 1. Cadde
No: 16 Ümraniye / İstanbul
Tel: 444 44 03 Faks: 0216 365 99 07-08

Yayın Türü:
Yerel, Aylık, Süreli
ISSN: 1307-6566

Tekstil İşveren Dergisi, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri
Sendikası tarafından aylık olarak yayınlanır. Kaynak
gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir. Dergide bulunan
imzalı yazıların sorumluluğu yazarlara aittir.

Tekstil, borsada da kazandırdı!



Türk tekstil sektörü, kazandığı tecrübe ile dünya çapında başarıya ulaştı. Ancak son yıllarda AB ülkelerinde yaşanan durgunluk, tüm dünyayı olduğu gibi Türkiye'nin ihracatını da etkiledi. Tekstil şirketlerimiz, yeni pazarlara açılarak bu sorunun da üstesinden gelmeyi başarıyor. Brezilya, Güney Kore ve Japonya bu pazarlardan bazıları. Alternatif pazarlara yönelik haberimizde, bu bölgelerde başarılı olmanın ipuçlarına ulaşacaksınız. Türkiye'nin 2023 yılı için 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşabilmesi için sektörümüzün toplam 100 milyar dolar ihracat hedefine ulaşması gerekiyor. Bu açıdan da bu pazarların önemi büyük.

Kapak konumuzu tekstil sektörünün Borsa İstanbul'daki performansına ayırdık. Borsa İstanbul'da işlem gören 23 tekstil şirketi var. 1999 yılında 1 liralık tekstil sektörü hissesi alan yatırımcının şu anda tam 11 lirası var. Çünkü borsadaki tekstil sektörü endeksindeki artış yüzde bin 126 seviyelerinde! Yani bugüne kadar tekstil hisselerine yatırım yapmayanlar büyük bir fırsatı kaçırdılar. Sektörümüzün yükselen performansına paralel olarak bu yükselişin devam etmesini bekliyoruz.

Dergimizde okuyabileceğiniz daha pek çok haberi, ilerleyen sayfalarda göreceksiniz. Bu nedenle sözü uzatmaya gerek yok. Son olarak bir hatırlatma daha yapalım; geçen sayımızda olduğu gibi bu sayımızda da Nobel ödüllü dünyaca ünlü iktisatçı Prof. Krugman'ın bir yazısı yer alıyor. Krugman, ufkumuzu açmaya devam ediyor!

Keyifli ve başarılı bir ay dileğimizle...

Av. Başar Ay
Genel Sekreter



- 3** Başkan'ın mesajı
- 5** Editör
- 8** Kısa haberler
- 10** Kim demiş "Borsadan tekstil hissesi alınmaz" diye? 2008'den bu yana Borsa İstanbul yüzde 273 yükselirken, tekstil sektörü hisseleri yüzde 397 değer kazandı.
- 17** Çözüm için sermaye piyasasına da bakmak gerekir İbrahim Haselçin, tekstilin borsa serüvenini analiz etti.
- 18** Paul Krugman
Krugman'ın gündeminde, ABD hükümetinin kepenk kapattığı günlerde yaşanan Çin gerilimi var.
- 22** Oyunun kuralları değişiyor
DHL, sektörü yakından ilgilendiren 'Moda ve Tekstil Lojistiği 2013' araştırması yaptı.
- 24** Tekstil'in 'beşi biryerde'si
'Made in Turkey'in prestiji dünyada her geçen gün artıyor. Peki hangi ürünler ön plana çıkıyor?
- 26** Ege Cansen
"En büyük teşvik kârdır" diyen Ege Cansen, dış ticaret açığına ve sıcak paraya dikkat çekiyor.
- 28** Tekstil'in 2025 hedefi!
İlki sendikamızın desteği ile Kasım 2012'de İstanbul'da yapılan Euroteks'in ikincisi Berlin'de düzenlendi.
- 34** Tekstil ve hazır giyimde yeni pazarlar
Brezilya, Japonya ve Kore'ye yönelmeye başlayan sektörün pazar haritası değişmeye başladı.
- 40** Prof. Dr. Şükrü Kızılot
İşverenlere SSK'dan erken emeklilik avantajı.
- 42** Sümerbank'ı anlamak
Atatürk, Sümerbank'ı neden kurdu? Atatürk'ün ölümünün 75'inci ölüm yıldönümünde, bu işletmeyi anlamaya çalışmakta fayda var.
- 46** Çalışma hayatını konuştuk
Erciyes'te "Türk Alman Uluslararası İş Hukuku Sempozyumu" düzenlendi.
- 48** 2023 hedefi, 330 milyon dolar
Lider markalarından SASA, kurulduğu yıldan bu yana 72 kat büyüdü.
- 54** Yalın ve aykırı tasarımcı
Ümit Ünal'ın tasarımları 30 ülkede, 40 farklı butikte alıcı buluyor.
- 58** Moda
- 60** Kültür-Sanat
- 62** Gurme
- 64** İngilizce özetler
- 66** Fuar takvimi

24

18

58

10

28

48

34



‘Merkez bankaları krize yol açacak’

Kriz kâhini lakaplı Nouriel Roubini, merkez bankalarının yeni bir finansal krize yol açacağı öngörüsünde bulunarak faiz artırımında zamanlamanın kritik olduğunu söyledi. Ünlü ekonomist Roubini, “Merkez bankaları ya ekonomide toparlanmayı öldürecek ya da varlık balonları riskini körükleyecek” dedi. Livemint internet sitesi için bir makale kaleme alan Roubini, krizde devreye giren niceliksel gevşeme ve sıfır faiz gibi sıra dışı adımların ekonomide toparlanmayı desteklediğini, ancak güçlü bir büyüme veya düşük işsizlik oranları üretmediğini yazdı. Roubini, makro ihtiyati tedbirler küresel finansal sistemdeki risk alımını azaltmazsa, merkez bankalarının zor duruma düşeceğini öngördü.

Halı ihracatı 1.5 milyar doları aştı

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) verilerine göre, geçen yılın dokuz ayında 1 milyar 436 milyon 92 bin dolar olan halı ihracatı, bu yılın aynı döneminde yüzde 9.4 artışla 1 milyar 571 milyon 394 bin dolar olarak gerçekleşti. Halı ihracatında en büyük paya yüzde 17 ile Suudi Arabistan sahip oldu. Yılın dokuz ayında bu ülkeye yapılan ihracat, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 2.1 artarak 266 milyon 149 bin dolara yükseldi. Suudi Arabistan’ı 157 milyon 469 bin dolarla Libya, 155 milyon 293 bin dolarla ABD, 98 milyon 830 bin dolarla Irak, 74 milyon 942 bin dolarla Almanya izledi. Sektörün eylül ihracatı ise geçen yılın aynı ayına göre yüzde 8.2 artarak 182 milyon 693 bin dolar oldu.



Avrupa ekonomisi ‘virajı dönüyor’

Avrupa Komisyonu, Euro Bölgesi’nde ekonomik büyümenin önceden tahmin edilene göre daha yavaş gerçekleşmesine rağmen, Avrupa ekonomisinin bir ‘dönüm noktasına’ ulaştığı görüşünde. Komisyona göre, ‘umut işaretleri’ artık ‘somut olumlu sonuçlara’ dönüşüyor. Ancak 18 üyeli Euro Bölgesi’nde gelecek yılki ekonomik büyümenin yüzde 1.1 düzeyinde olacağı öngörülmüyor. Bu büyüme tahmini, geçen mayıs ayında yüzde 1.4’ten 1.2’ye düşürülmüştü. Komisyonun 2015 için büyüme tahmini ise yüzde 1.7. Diğer yandan, AB genelindeki işsizlik oranının bu yıl sonunda yüzde 11.1 gibi yüksek bir düzeyde kalacağına da dikkat çekiliyor.



SGK’da yeni dönem

Sosyal Güvenlik Kurumu’na (SGK) ödemeler artık banka kartlarından yapılabilecek. SGK ile Bankalararası Kart Merkezi’nin (BKM) iş birliği ile geçilen uygulama, 4 Kasım 2013 tarihinden itibaren yürürlüğe girdi. Buna göre, SGK web sayfasındaki Ziraat Bankası sanal POS uygulaması kapatılarak, belirlenen bankaların kredi kartları ve nakit kartları ile tahsilat yapılmaya başlandı.



2012’deki halka arzlar 2011 kadar üzmedi

İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda (İMKB) 2012’de gerçekleştirilen halka arzlar, halka arz seferberliğinin hızlandığı 2011’deki kadar yatırımcının canını yakmadı. 2011’de borsaya açılan 25 şirkete ortak olan yatırımcıların cebindeki 364 milyon TL buharlaştı, 2012’deki 14 arzda toplam değer artışı 7.7 milyon lira oldu.



“Türkiye’den öğrenilecek çok şey var!”

İstanbul’da Küresel İslami Finans Geliştirme Merkezi’nin açılışına gelmeden önce bir açıklama yapan Dünya Bankası Başkanı Jim Yong Kim, “Türkiye, 2003 yılında başlattığı sağlıkta dönüşüm programı çerçevesinde sağlık sistemini reforme etti. 1990 yılından buyana Türkiye, bebek ölümlerini üçte iki, anne ölümlerini ise yüzde 80 oranında asalttı ve ortalama yaşam beklentisini 10 yıl yükseltti. Ülkelerin, Türkiye’nin uyguladığı politikalardan öğreneceği çok şey var” dedi.

Tekstilciler gaza bastı!

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) verilerine göre, tekstil ve hammaddeleri sektöründe ihracat yapan firmalar, ocak-ağustos dönemi performansını geçen yılın aynı dönemine oranla yüzde 7.1 artırdı. Söz konusu sektör, 5 milyar 458 milyon 353 bin dolarla Türkiye ihracatının yüzde 5.5’ini karşıladı. Sektörde en fazla ihracat 714 milyon 580 bin dolarla Rusya’ya, 541 milyon 334 bin dolarla İtalya’ya ve 280 milyon 232 bin dolarla Almanya’ya yapıldı. Tekstil ve hammaddeleri sektöründe en fazla ihracat, 2 milyar 582 milyon 193 bin dolarla İstanbul’dan yapıldı. Bu il 746 milyon 673 bin dolarla Bursa izledi.



Tekstile milyar dolarlık ABD piyangosu

Türk tekstil ve hazır giyim sektörü, kotaların kalkmasının ardından son sekiz yıldır etkinliğini kaybettiği ABD pazarında yeniden hedef büyüttü. Kurların artışıyla hareketlenmeye başlayan hazır giyim ihracatına bir fırsat da milyar dolarlık fonlar yereldi. İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) önderliğinde 27 firmayla New York’a giden Türk heyetine, ABD’nin ünlü yatırım fonu C.E.M. and Tau Investment Funds’tan 1 milyar dolarlık ortaklık teklifi geldi. İTKİB Başkanı Hikmet Tanrıverdi, “Bu fon 25-30 Türk tekstil firmasına ortak olmak istiyor” dedi.



Tekstilin Rusya hedefi

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) Başkanı İbrahim Buray, Rusya’ya yönelik yaklaşık 2 milyar dolarlık tekstil ürünleri satmayı hedeflediklerini söyledi. Rusya’nın başkenti Moskova’da uluslararası ‘Tekstillegprom’ fuarına katılan UTİB, Türkiye Moskova Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği’nin katkılarıyla bilgilendirme semineri düzenledi. Seminerde Ticaret Müşaviri Hakkı Karabörklü, Rusya Türkiye İşadamları Derneği (RUTİD) Başkanı Esat Sarı, Rus-Türk İşadamları Birliği (RTİB) Başkanı Naki Karaaslan, UTİB Yönetim Kurulu Üyeleri, Türk diplomat ve iş adamları, ayrıca Rus iş dünyası temsilcileri katıldı.

Daily Q.XU100

10.08.1998 - 04.12.2015 (İST)

KİM DEMİŞ “BORSADAN TEKSTİL HİSSESİ ALINMAZ” DIYE?

Borsada tekstil şirketlerinin hisseleri genellikle ya spekülâtif bulunur ya da Türkiye'deki genel kârsızlık durumu nedeniyle “Kazandırmaz” denilip, alınmaz. Oysa 2008'den bu yana Borsa İstanbul yüzde 273 yükselirken, tekstil sektörü hisseleri yüzde 397 değer kazandı.



Başta Uzakdoğu rekabeti olmak üzere birçok zorlukla boğuşan tekstil sektörünün borsadaki algısı pek de iyi değildi. Yatırımcılar ya spekülâtif buldıkları ya da yeterli kâr edemeyeceklerini düşündükleri için tekstil sektörüne pek girmezdi. Rakamlara bakıldığında artık durumun hiç de öyle olmadığı anlaşılıyor. Çünkü 'kârsız' ve 'güvenilmez' bulunan borsadaki tekstil şirketlerinin getirileri dudak uçuklatan cinsten. 1999 yılından itibaren borsanın tüm şirketlerinin ve tekstil şirketlerinin getirilerini karşılaştırdığımızda, Borsa İstanbul endeksinin yüzde bin 462'lik rekor bir getiriye imza attığı görülüyor. Endeks, o günlerde yaşanan Türkiye'ye özgü krizin de etkisiyle 5 bin 81 puana kadar gerilemişken, 24 Ekim 2013 günü itibarıyla 80 bine merdiven dayamış durumda. Kolay anlatımla, 1 liralık hisse senedi alan yatırımcı, Borsa İstanbul'daki parasını 14 yılda 14 liraya

1999 yılında 1 TL'lik tekstil sektörü hissesi alanın bugün yaklaşık 11 TL'si var.

çıkardı. 14 yılda 14 kat, yani her yıl bir kat artmış yatırımcının parası. Son 14 yılın getirilerinde borsadaki tekstil sektörünün getirisi ise biraz borsa şirketlerinin gerisinde, ama küçümsenemeyecek kadar iyi. 1999 yılında 1 liralık tekstil sektörü hissesi alan yatırımcının şu anda 11 lirası var. Çünkü borsadaki tekstil sektörü endeksindeki artış yüzde bin 126.

Yeşil filiz tekstil

Dünya ekonomisinin ağır bir travma geçirdiği 2008'deki global ekonomik krizin ardından, durum tekstil açısından neredeyse sürpriz denilecek kadar ilginç. Dev yatırım bankası Lehman Brothers'ın batışı ile doruk noktasına çıkan global ekonomik kriz, beşinci yılına girerken, o gün ekonominin kurtuluşuna dönük olumlu öncü sinyaller geldiğini anlatan ve



Borsa İstanbul'da toplam 23 tekstil şirketi işlem görüyor.

“Yeşil Filizler” diye adlandırılan verilerin ardından toparlanan piyasada, Borsa İstanbul'da hızla zirveye tırmanmıştı. 2008'de 21 bine kadar inen Borsa İstanbul endeksi, o günden bugüne, yatırımcısına yüzde 273 kazandırdı. 1999 ile 2008 arasında borsadaki diğer hisse senetlerine göre daha zayıf performans sergileyen tekstil sektörü hisseleriye, o günden sonra adeta coştı ve getirisini neredeyse dörde katladı. Bir başka deyişle, yüzde 397'lik bir değer artışı yaşadı.

Rekabet avantajı geliyor

Peki toplam 23 tekstil şirketinin yer aldığı tekstil endeksi, neden borsaya göre daha iyi performans sergiledi? Tabii ki tek tek şirketlerin hikâyeleri mevcut; ancak borsa analistlerinin üzerinde ortak durdukları konu, artık Çin'in tüm dünya piyasalarını kavuran rekabetinin Türkiye için yavaş yavaş ölümcül olmaktan çıkıyor olması. Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne üyeliği ve 2005'te kotaların kaldırılması ile oluşan yeni rekabet ortamında, tekstilcilerimiz nasıl ayakta kalacaklarını öğrendi, kalite ve verimlilik noktasında dünyada iddialı bir noktaya ulaştılar. 2008 krizinin

Türk tekstil ve hazır giyim üreticileri, uluslararası markalardan hızlı olduğu gibi, kaliteli ürüne ihtiyaç duyulduğunda sipariş alıyor. Bu da daha yüksek fiyatla mal satmalarını sağlıyor.

ardından başta Avrupa olmak üzere gelişmiş dünyanın tekstil ve konfeksiyon sektöründeki siparişleri eskisi kadar yüklü miktarda olmamaya başladı. Türk tekstil ve hazır giyim sektörleri, alıcıların stoksuz çalışması ve küçük alımlara yönelmesi sebebiyle hızlı teslimat avantajını kullandı. Uzakdoğu'nun müşterilerini Türkiye'ye çekmeyi başardı. Eskiye göre daha düşük tonajlardaki siparişlerin maliyeti, artık Çin'de üretim yaptırmayı cazip kılmıyor. Daha küçük miktarlardaki siparişler, ana pazara yakın olan Türkiye'den yapılmaya başlandı. Bu da tekstil şirketlerinin mali yapılarını düzeltti.

Uzun yılların birikimi sonucu, üretilen tekstil ürünlerinin kalitesi, sektörde etkin olan ülkeler arasında Türkiye'yi farklı bir yere konumlandırıyor. Türk

tekstil ve hazır giyimcisi, uluslararası markalardan hızlı olduğu gibi, kaliteli ürüne ihtiyaç duyulduğunda sipariş alıyor. Bu da daha yüksek fiyatla mal satmasını sağlıyor. Tasarım ve markalaşmada atılan adımlar da tek tek şirketleri ön plana çıkarıyor. Deneyimiyle Türkiye, Çin'in Avrupa pazarında da büyük oyuncu olarak girdiği 2000 yılında başlayan, 2005'te de kotaların

Türk tekstil sektörü, Uzakdoğu'nun müşterilerini Türkiye'ye çekmeyi başardı.



kaldırılmasıyla uçuşa geçen hâkimiyetine karşı, pazar payı kaybetmeyen tek ülke oldu. Çin, Türkiye, Hindistan ve ABD, Avrupa'ya en fazla ihracat yapan ilk beş ülke. Çin'in Avrupa'ya ihracatının payı yüzde 23.54'ten yüzde 43'e çıkarken, Türkiye'nin payı yüzde 23'ten 27'ye yükseldi. Diğer ülkelerin payı ise eridi.

İhracattan 25.5 milyar dolar

Sektörün bundan sonraki performansı ve ekonomi içindeki yeri, şirketlerin borsadaki performansını da etkileyecek. Peki sektörün bundan sonraki performansından ne bekleniyor? Dünya Ticaret Örgütü tarafından 1995 yılında kabul edilen Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması gereği, ticaret kotalarının kaldırılmasının 2005 yılı başında uygulamaya geçmesi, Türk tekstil ve

2013'ün ilk dokuz ayında tekstilde 6.2, hazır giyim ve konfeksiyonda 12.9 milyar dolarlık ihracat yapıldı. Bu performans sürerse, yıllık ihracat 25.5 milyar dolara çıkacak.

hazır giyim sektörleri üzerinde önemli sonuçlar doğurdu. 2012'de tekstil ve hammaddeleri ihracatı 7.8 milyar, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı ise 16 milyar dolar oldu. Bu yılın ilk dokuz ayında ise tekstil 6.2, hazır giyim ve konfeksiyon ise 12.9 milyar dolar olmak üzere toplamda 19.1 milyar dolarlık ihracat yapıldı. Aynı performans sürerse, yıllık ihracat 25.5 milyar dolara çıkacak. Bu da, 2013 yılında tekstil-hazır giyim ihracatının yüzde 7 artacağı anlamına geliyor. 2023 yılında ise dünya tekstil ticaretinin 550 milyar dolara, hazır giyim ticaretinin 740 milyar dolara, deri ve deri ürünleri ticaretinin ise 300 milyar dolara ulaşacağı öngörülüyor. Türkiye'nin 2023 yılı için 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşabilmesi için tekstil ve hazır giyim toplam 100 milyar dolar ihracat hedefine ulaşması gerekiyor. Bununla birlikte sektörün dünya ticareti içindeki payını koruyabilmesi için 2023 yılında tekstilde 17.5 milyar dolar, hazır giyimde 22 milyar dolar, deri ve deri ürünlerinde 1.8 milyar dolar olmak üzere toplamda en az 41.3 milyar dolar ihracata ulaşılması lazım.

İç pazarı kısmak

Tekstil ve hazır giyim sektörünün en büyük pazarı olan AB'de halen devam eden krizin sektörlere olumsuz yansımalarının devam etmesine rağmen ihracatta yaşanan bu artış, gelecek için umutlu olunmasını sağlıyor. İç pazarda da başta kredi kartı harcamalarının kısılmak istenmesi, ekonomiyi soğutmaya yönelik önlemlerin büyümeyi olumsuz etkilemesi beklenirken, yine de tekstilde yüzde 5'lik bir büyümenin olabileceği, sektör aktörleri tarafından ifade ediliyor. Diğer yandan komşu ülkelerdeki olumsuz gelişmeler, sektörlerin ihracatını bir



kez daha olumsuz etkiliyor. Suriye'de devam eden iç karışıklık, Türkiye-Suriye arası serbest ticaret anlaşmasının askıya alınması ve Suriye'de Türk mallarına yapılan yüzde 30 oranında ek vergi, sektör için önem arz eden Suriye pazarının küçülmesine sebep oldu. İran pazarı ise uluslararası platformda İran'a uygulanan ticari yaptırımlar sonucu yaşanan devalüasyon sebebiyle olumsuz etkileniyor ve ödemeler noktasında, bu ülkeyle ticaret yapan firmaları sıkıntıya sokuyor.

Şirketlerin kârlılıklarını olumlu

etkileyecek olan bir gelişme ise Euro'da yaşanan yükseliş olacak. Yılbaşında 2.32 lira olan Euro'nun TL'ye karşı yüzde 17.2 değer kazanarak 24 Ekim itibarıyla 2.73 TL'ye kadar tırmanması, bir yandan rekabet avantajı sağlarken, diğer yandan ana ihraç kurunun Euro olması, tekstil firmalarının gelirlerini TL bazında bu kadar artırıyor.

Pamuk sorunu

Sektörü olumsuz etkileyecek konulardan birisi ise son yıllarda pamuk oldu. 2011'de dünyada pamuk

emtia fiyatlarında yaşanan artışlar ve Türkiye'de pamuk ekim alanlarının azalması neticesinde pamuk ithalatında yaşanan artışlar dikkat çekti ve sektör gündemini önemli şekilde işgal etti. Ekim alanlarının artması ve piyasaların normalleşmesi neticesinde pamuk, 2012 yılında tüm ürünler arasında ithalatı en çok düşen ikinci ürün oldu. ABD'nin pamuk fiyatlarına müdahalesi, pamuk fiyatlarının düşmesine sebep olurken, Türkiye'de bu fiyatların düşmesi, pamuk ekiminde kârın azalmasına ve pamuk eken çiftçilerin hayal kırıklığına

Euro'da yaşanan yükseliş, şirketlerin kârlılıklarını olumlu yönde etkiliyor.

Türkiye'nin 500 milyar dolarlık 2023 ihracat hedefine ulaşabilmesi için, tekstil ve hazır giyim sektörünün toplamda 100 milyar dolarlık ihracat yapması gerekiyor.

Dünyada ve Türkiye’de pamuk ipliği arzında sıkıntılar yaşandığı için iplik fiyatları arttı.



Kalkınma Bakanlığı, deprem sonrası Van’ı kalkındıracak program çerçevesinde, şehir için Tekstilkent Projesi tasarlanıyor. Proje, tekstilciler için son derece avantajlı.

uğramasına neden oldu. Bu gelişmelere bağlı olarak önümüzdeki dönemde yine pamuk arzında sıkıntılar yaşanması bekleniyor. Diğer yandan dünyada ve ülkemizde pamuk ipliği arzında yaşanan sıkıntı sebebiyle iplik fiyatları arttı. Bu durum, yerli iplik üreticilerine oldukça olumlu yansıdı. Türkiye, ham pamukta 2009-2011 yılları arasında Çin’den sonra en büyük ithalatçı. Dünyanın üçüncü büyük yapay elyaf ve en büyük yapay iplik ithalatçısı. Tüm bunlar göz önüne alındığında, dünya pamuk ve elyaf fiyatlarının sektörü ne kadar etkileyebileceği de daha anlaşılabilir bir hal alıyor. Tabii Türkiye’nin en büyük pamuk ve yapay elyaf ithalatçıları arasında yer almasının sebeplerinden biri, dünya tekstil ve hazır giyim sektörlerinde önde gelen üreticiler arasında yer alması.

Diğer yandan 2011 sonunda Van ve Erciş’te meydana gelen depremin ardından Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan şehri yeniden kalkındıracak

kalkınma programı çerçevesinde, Van için Tekstilkent Projesi tasarlanıyor. Tekstilkent, ihtisaslaşmış sanayi bölgesi olması planlanıyor.

Bu çerçevede, bölgeye yapılan yatırımlar desteklenecek. Borsa şirketlerinin bölgedeki yatırımları da kârlarına olumlu yansıyacak önemli bir gelişme olabilir. Van, Haziran 2012’de Resmi Gazete’de yayımlanan teşvik mevzuatında altıncı bölgede yer alıyor.

Yatırım avantajı

Yeni teşvik mevzuatında beş ve altıncı bölge yatırımlar için oldukça avantaj sağlıyor. Bu avantajlar nedeniyle beş ve altıncı bölgelerin özellikle fiyat ve kapasite sorunu yaşayan tekstil ve hazır giyimciler tarafından da tercih edilmesi bekleniyor.

Sektörlerin olumlu ve olumsuz tüm yönleriyle değerlendirilmeleri, kamu-özel sektör işbirliği ile yapılmaya devam ediyor. Nitekim 25 Aralık 2012 tarihinde aramalı ithalatını azaltmaya yönelik olarak Ekonomi Bakanlığı tarafından koordine edilen Girdi Tedarik Stratejisi’nde en fazla dış ticaret açığı verilen pamuk ve ham deri konusunda çeşitli tedbirler alınıyor.



İBRAHİM HASELÇİN

Çözüm için sermaye piyasasına da bakmak gerekir

Türkiye’de sermaye piyasasından yararlanmak kimsenin aklına pek gelmiyor. Basit bir örnek verecek olursak, kur risklerine karşı korunmak için vadeli işlem veya opsiyon işlemi yapılabilir.

Tekstil sektörü, son yıllara kadar Türkiye ekonomisinin motoruydu. Hala ciddi bir ağırlığı bulunuyor. Fakat dünyada yaşanan sert rekabet, özellikle Çin’in piyasaları altüst etmesi ile Türk Lirası’nın değerli olması, tekstilcilerimizi zorlamaya başladı. Sektörü terk eden çok sayıda sanayici ve ihracatçı var. Sert rekabet ve kur dezavantajından ancak markalaşarak, isim olabilmek suretiyle kurtulabilmek mümkün olabiliyor. Veya giderek çok düşük kâr marjlarına, hatta başa başa bile razı olmak zorunda kalınıyor.

Sağlıklı kaynaklar

Bu fasit daireden kurtulabilmenin yolu, sağlıklı finans kaynaklarına ve yeni pazarlara ulaşabilmekten geçiyor. İhracatçılarımız son yıllarda yeni pazarlara ulaşabilmeyi çok büyük beceri göstererek başardılar. Ancak finansman konusunda aynı rahatlığı görmek pek mümkün değil. Bankalardan kaynak temini hem çok zor, hem de aşırı maliyetli. İstenen teminatlar iş adamlarını bezdiriyor. Yurt dışından sağlanan “Carry Trade” denilen ucuz faizli krediler oldukça iyi olmasına rağmen, sürekli kur riski taşıdığı için her zaman cazip olamıyor. Son günlerde dünyadaki likiditenin de sonuna doğru geldiği

beklentileri, bu finansman kaynağının devamının kolay olmadığını ortaya koyuyor.

Türkiye’de sermaye piyasasından yararlanmak kimsenin aklına pek gelmiyor. İş adamlarımız, girişimcilerimiz, sermaye piyasasının bir alternatif olabileceğini düşünmüyorlar. Oysa sermaye piyasasından çeşitli şekillerde yararlanmak mümkün. En basiti, kur risklerine karşı korunmak için vadeli işlem veya opsiyon işlemi yapılabilir. Bu, bankaların sağladıkları forward işlemlerden daha basit, çok daha ucuz ve daha standart bir enstrüman.

İkinci bir olanak, sermaye piyasasında borçlanma aracı ihracı yoluyla kaynak temin edebilmek. Başta tahvil olmak üzere, çeşitli borçlanma araçları ile gerek bireysel, gerek kurumsal yatırımcılardan kaynak sağlamak mümkün. Her ne kadar “Carry Trade” denilen finansman modelinden daha pahalı olmasına rağmen banka kredilerine göre çok avantajlı.

Sermaye piyasasından asıl yararlanma yolu, şirketleri halka açmak. Şirketin başkalarıyla paylaşımı gibi bir korku ise yersiz. Şirketin yönetiminin kaptırılması son derece yanlış bir bilgi. Şirketin ana sözleşmesini değiştirip, imtiyazlı

hisse yaratarak şirketin yüzde 99’u bile satılabilir. İmtiyazlı hisse yoksa da yüzde 49’a kadar hisse rahatlıkla halka satılabilir. Halka açılma bedava kaynak anlamına geliyor. Geri ödemesi olmayan bir finansman. Temettü dağıtımı bile zorunlu değil. Böylesine avantajlı bir yapıdan yararlanmak, rakiplere karşı rekabette birkaç adım ileri olmayı sağlıyor.

İki sıkıntı olabilir

Halka açılmanın iki sıkıntılı tarafı var. Öncelikle kamuoyuna karşı şeffaf olma zorunluluğu doğuyor. Mali tablolar yayınlandığı gibi, şirketle ilgili önemli hususlar sürekli kamuoyuyla paylaşılıyor. Ancak dünya artık o kadar teknoloji bağımlısı ki, kimsenin kimseden bilgi saklaması mümkün olmuyor. Bu nedenle şirket bilgilerinin rakiplerce öğrenilecek olması haklı bir kaygı değil. İkinci sıkıntılı husus, SPK denetimine girilmesi. Özellikle halka açılma aşamasında oldukça zahmet çekiliyor. SPK, adeta insanı pişman eden bir denetime tabi tutuyor. Halka açılma sağlandıktan sonra, sermaye piyasası mevzuatının gerektirdiği işlem ve denetim uygulamaları da biraz sıkıntı yaratabiliyor. Ama sonuçta nimet ve külfet meselesi. Elde edilecek yararları bakılırsa çekilecek sıkıntılar deveye kulak kalıyor.

HABER-GÜNDEM

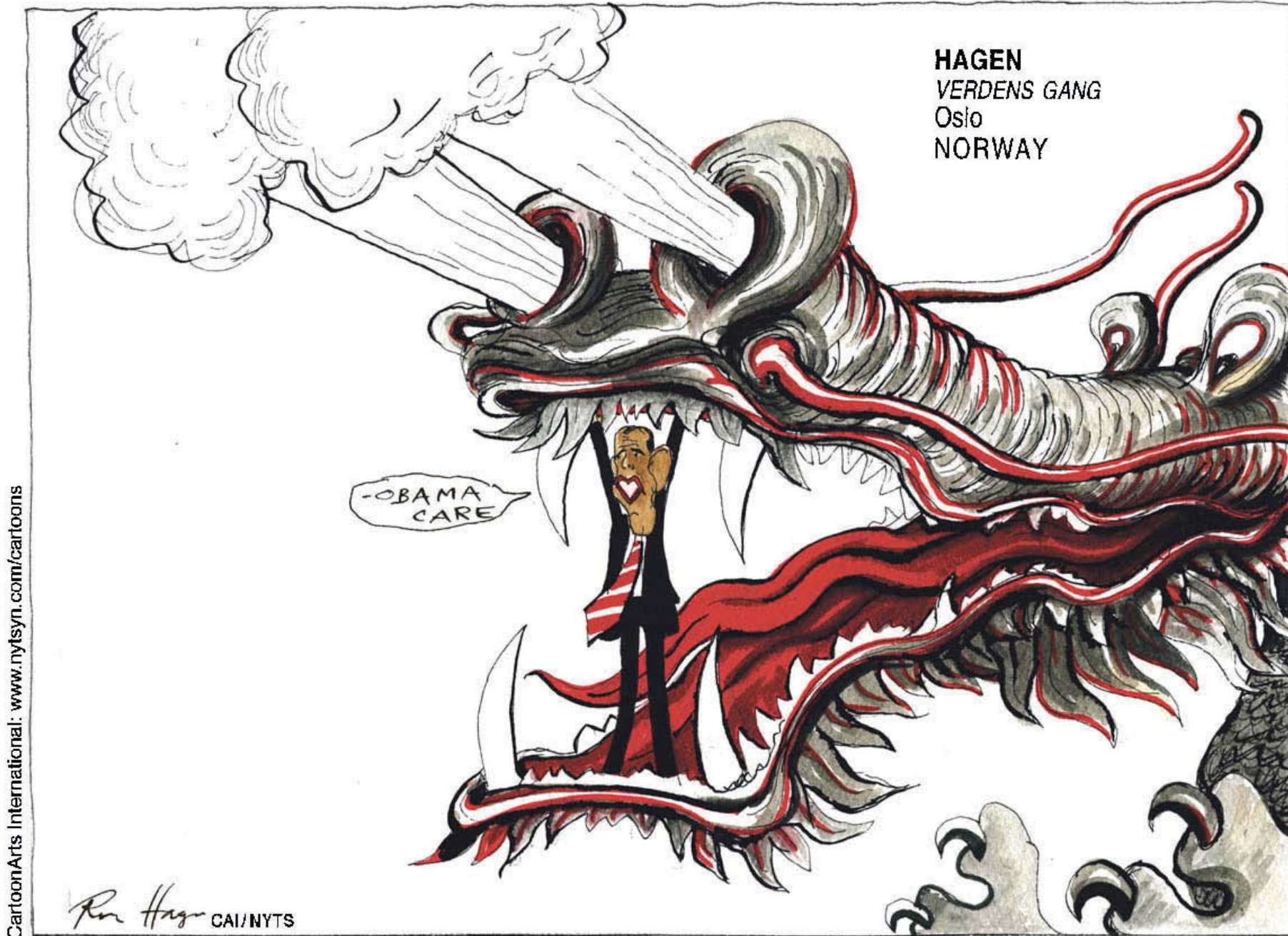
Hassas bir ilişki

Amerika Birleşik Devletleri hükümetinin geçtiğimiz günlerde borcunu ödeyememesine saatler kalmıştı. Bu durum, küresel bir krizi tetikleyecek potansiyele sahip bir olaydı. 17 Ekim'in erken saatlerinde, haftalardır süren siyasi çıkmazı takiben, Başkan Obama ülkenin borçlanma kapasitesini genişletecek bir anlaşma imzaladı.

Sürenin sonuna yaklaşırken, ülke, yurt dışındaki alacaklılarından, özellikle Çin'den, çok ağır eleştirilerle yüzleşti. 13 Ekim'de Çin resmi medya örgütü Xinhua, deamerikanize (de-Americanized) bir dünya için karşıt bir yazı yayımladı. Doların küresel ekonomide rezerv para birimi olarak kullanılmasının kaldırılmasını önerdi. The Washington Post da cevap olarak, dışişleri yorumcusu Max Fisher'in bir yazısıyla, Çin'deki bazı muhafazakârların küresel düzeni değiştirmek istediğini, ama pek çok Çinli elitin, Amerikan hâkimiyetinin devam etmesinin Çin'in başarısı için çok önemli olduğuna inandığını savundu. Fisher, 14 Ekim tarihli makalesinde, "Çin ekonomisi bazı alanlarda çok hızlı büyüyor. Çünkü Çin, Amerikalılara birçok şey satabiliyor ve ABD ordusu dünya ticaret yollarının açık kalmasını sağlıyor" diye yazdı. "Eğer dünya 'deamerikanize' olursa bu düzen bozulur ve Çin'in ekonomik büyümesi çöker. Bu da Pekin'in çok korktuğu siyasi istikrarsızlığa yol açabilir. . . Onların bize ihtiyacı var ve bunu biliyorlar" tezini savundu. Slate'te ekonomi yorumcusu olan Matthew Yglesias'a göre, Çin'in sahip olduğu Amerikan tahvilleri yatırım aracı değil, iç ekonomik teşvikin bir şekli. Çin ekonomisi Amerika'ya yapılan ucuz ihracata bağımlı olduğundan beri, ülke dolar içinde yüzüyor. Eğer Çin, para

biriminin serbest dalgalanmasına izin verseydi, yani Yuan, dolar karşısında yükselseydi, bu, Çin mallarını daha az rekabetçi yapardı. Yglesias, "Çin hükümeti birçok nedenden ötürü üretimi sübvans etmek istiyor" dedi. "Öyleyse, biriktirdikleri dolarları Amerika Birleşik Devletleri'ne geri

göndermek istiyorlar demektir. Prensip bu, çok sayıda Boeing uçağı satın alıp bunları Pasifik Okyanusu'na düşürerek başanabilir. . . Ama bunun yerine ABD'nin borcunu satın almayı seçiyorlar. Bu, Çin parasının değer kazanmasını sınırlandırmak için cazip ve sessiz bir yol."



PAUL KRUGMAN'IN YORUMU

Çin'den kim korkar?

The Slate yorumcusu Matthew Yglesias, yakın zamanda 'Very Serious People'daki (Çok Ciddi İnsanlar) uyanlarında bir artışa işaret ederek Çin'in Amerika'ya olan güvenini kaybedebileceğini ve tahvilleri bırakmaya başlayacağını söyledi. Ama önemli olan nokta, Yglesias'ın da yazının sonunda kısaca değindiği gibi, Çin, nedenleri ne olursa olsun, tahvilleri bırakırsa bu durum bizi incitmeyecek. Aslında böyle bir şey, Amerika Birleşik Devletleri için iyi bile olabilir.

Siz, bu durum faiz oranlarını yükseltip Amerikan ekonomisini durgunlaştırmaz mı diyebilirsiniz? Bu konu hakkında çeşitli vesilelerle yazıyorum ve henüz bunun nasıl gerçekleşeceği konusunda tutarlı bir açıklama görmüş değilim. Bir düşünün: Çin'in Amerikan tahvillerini satması, Amerikan Merkez Bankası tarafından belirlenen kısa vadeli faiz oranlarını yükseltmez. Uzun vadeli faiz oranları da çoğunlukla beklenen kısa vadeli oranların yansıması olduğu için de, uzun vadeli oranları yükseltip yükseltmeyeceği de belli değil. Çin'in tahvil satışları bir şekilde daha uzun vadeli tahvillere baskı yapsa bile, Amerikan Merkez Bankası daha fazla parasal genişlemeye gidip, tahvilleri geri alabilir. Böyle eylemlerin doların değerini düşürebileceği doğru. Ama bu Amerika için iyi olur! Japonya'daki Başbakan Abe'nin politikalarını düşünün: Şimdiye kadarki en büyük başarısı Yen'in değerini düşürmekti ve bu durum, Japonya'nın ihracatına yardım etti. "Ama Yunanistan" diyeceksiniz. Yunanistan kendi para birimine ya da para politikasına sahip değil; sermaye çıkışı para arzında azalmaya yol açtı ki bu durum Amerika Birleşik Devletleri'nde olmaz. Çin'in bir gün ABD'ye güvenini kaybedeceği hakkındaki korkunun devam ettirilmesi dikkate değer bir durum: Bu gerçekte hiçbir anlam ifade etmese de 'Very Serious People' da bu korkuyu beslemeye devam ediyor. İşin aslı ekonomist Dean Baker'in daha önce söylediği gibi, Çin'in elinde, başımıza dayadığı boş bir su tabancası var.

Yalanlar, kahrolası yalanlar

Fox News yorumcusu Sean Hannity programında, 'Düşük Maliyetli Sağlık Kanunu'ndan nasıl zarar gördüklerine dair masallar anlatan 'Gerçek Amerikalılar'ı yayınladı. Önceden Montana Valisi Brian Schweitzer için çalışan Eric Stern'in parlak bir fikri vardı: Ayrıntıları almak için Hannity'nin konuklarını gerçekten aradı. Elbette, Stern'in Salon için yazdığı makaleye göre, Obamacare'in masrafları artırdığını ve işçileri işten çıkarmaya zorladığını iddia eden iş adamının sadece dört çalışanı var. Yani Obamacare'in, onun işi üzerinde hiçbir etkisi yok. Primlerin yükselmesinden şikâyet eden iki aile aslında teklifin ne olduğunu tam olarak bilmiyor ve Stern, onların aslında daha fazla tasarruf yapabileceklerini tahmin ediyor. Hiçbir temele dayanmadan, sadece bir yerlerden duyduklarını düşündükleri ile ulusal kanala çıkıp nasıl acı çektiklerinden şikâyet eden insanların zihniyetini merak ediyor olmalısınız. Ayrıca, hangi sözde haber programlarının böyle insanların iyi niyetlerini kontrol etmeden onlara yer verdiğini de merak ediyor olabilirsiniz. Ama bu haberleri hangi kanal yapıyor siz ona bakın.

PAUL KRUGMAN'IN YORUMU

ALAN GREENSPAN, DAHA KÖTÜSÜ İÇİN ÇABALIYOR

The Washington Post köşe yazarı Steven Pearlstein, Alan Greenspan'ın yeni kitabını okuduktan sonra ABD Merkez Bankası eski başkanının kendi yönetiminde meydana gelen

kötü şeylerin sorumluluğunu hiç üzerine almadığını ve finansal krizin çözümünün, tahmin ettiğiniz gibi, devletin daha da küçülmesi olduğuna inandığını keşfetmiş. Pearlstein'ın köşesinde bahsetmediği

ama bence önemli olan şey, ofisinden ayrıldığından beri de Greenspan'ın inanılmaz geçmiş performansı, her şey hakkında yanılması ve bunlardan hiçbir şey öğrenmeme başarısı. Özellikle, Greenspan'ın her an

Yunanistan gibi olacağımız yönündeki uyarısı, enflasyon başarısızlığı ve yükselen oranların 'üzücü' olduğunu açıklamasının üzerinden üç yıl geçti. Mesele, Greenspan'ın sadece kötü

bir ekonomist olması değil, ne görevdeyken ne de bıraktıktan sonra sorumluluklarını kabul etmeyerek, kötü bir insan da olması. Ve o hâlâ, dünyayı daha kötü bir yer yapmak için elinden geleni yapıyor.

Sen benim kim olduğumu biliyor musun?!

Mali krizden beri ekonomi politikaları üzerine yaptığımız tartışmalara dair tuhaf şeylerden biri, bu tartışmaların bir tarafında olan -benim olmadığım taraf- ne kadar çok insanın mevkisini kullanarak tartışmayı kazanabileceğine inanması. Eleştiri yapanlar blog yazarı diye küçümseniyor, sanki bu durum onları, hataları ve doğru olmayan açıklamaları belirtmekten men etmiş gibi. Bu insanların fikirleri, yüksek lisans öğrencilerine ders veriyor olsalar bile reddediliyor (yanlış bir şekilde). Blog yazmak sanki fikirlerin doğru olabileceği ihtimalini otomatikman ortadan kaldırıyor. Ben de aynı şekilde başkaları üzerinde mevkimi kullanıyor muyum? Eğer yazdıklarımı ince eleyip sık dokuyarak elden geçirirseniz bazı örnekler bulabilirsiniz. Ama genellikle bunu yapmamaya gayret ederim; argümanlarımda esasa ilişkin savlar bulmaya çalışırım ve eğer birinin katkısını reddedersem, onun kim olduğunu değil, söylediğini temel alarak bunu yapmaya çalışırım. Birçok insanın -bunu söylediğime üzgünüm, özellikle akademisyenlerin anlamadıkları, unvanının prensipte ve pratikte size kazandırdıklarının sınırları. Temelde, arzu edilen bir kürsüye ve bazı ödüllere sahip olmak, size dinlenme hakkı veriyor, ama sadece bu kadar. Her konuda o kadar çok yorum yapılıyor ki, kimse birisinin

her söylediğini takip edemez. Ama ünlü bir entelektüel bir beyanda bulunursa, diğerlerine nazaran çok daha kolay dinlenir. Ve dinlenmeli de. Ama akademik geçmiş, düşüncelerinizin ciddiye alınması için gerekli ya da yeterli bir şart değil. Eğer ünlü bir profesör, tekrar tekrar saçma şeyler söyler ve bunları hiçbir zaman söylemediğini iddia ederse, hiçbir kural onun yalancı bir aptal olduğuna karşı çıkamaz ve bunu söylemek için de sadece ev ödevinizi iyi yapmak yeterlidir. Diğer taraftan, eğer unvan sahibi olmayan birisi sürekli keskin ve akılcı gözlemler yaparsa, bu kişi, geçmişine bakılmaksızın, ciddiye alınmayı hak eder. İnternet ile ilgili harika olan şeylerden biri, ikinci durumdaki birçok insanın dinleyici kazanmasını mümkün kılması. Onların doktora yapmış olması, profesör olmaları ya da sadece blog yazmalarını umursamıyorum, önemli olan ne söyledikleri. Bu arada, hepimiz çoktandır birçok harika ve ünlü entelektüelin aslında aptal olduğunu biliyoruz. Bazıları her zaman aptaldı; bazıları ise çok dar bir alan hakkında çok şey bilen ama diğer alanlarda zır cahil insanlardı. Ve bazıları, hangi nedenle olursa olsun gerçeklerden uzaklaştı. "Bu adamın bunları yazdığına inanmıyorum" dediğim pek çok ekonomistin olduğunu düşünüyorum. Şunu da ekleyeyim, bu çağda mevkî kullanabileceğine inanmak, beceriksizlik gösterisinin ta kendisidir. Bunun kim umursar dersiniz? Şurası kesin ki okuyucuların değil. Doğrusu, baştan savma işler yapan ve eleştiriden korunmak için geçmişlerine sığınan insanlar için bu zor bir dünya. Bir şekilde, yine de, sempati toplayabilecekmişim gibi görünmüyor.



Oyunun kuralları değişiyor!

DHL'in 'Moda ve Tekstil Lojistiği 2013' araştırmasına göre, sektörü şekillendiren en önemli üç temel faktör; gücü tüketicinin eline veren dijital kanallar, geleneksel modelleri tamamen değiştiren yeni tedarik zinciri modelleri ve orta sınıfın dünya çapındaki yükselişi olarak sıralanıyor.

DHL'in 'Fashion Unleashed: Tedarik Zincirinde İnovasyon Her Şeydir' başlıklı araştırması; tedarik zincirlerinde hız, esneklik, ani değişimlere yanıt ve kontrol gibi konulara odaklanarak, internetin oyunun kurallarını değiştirdiği yeni dünyada, sektör profesyonelleri için bir rehber niteliği taşıyor. Araştırma, kıyasıya rekabetin yaşandığı tekstil sektöründe, perakendeciler ve üreticilerin 7/24 hizmet bekleyen tüketicilerin karşısına sofistike tedarik zincirleriyle çıkma zorunluluğunu ortaya koyuyor. Ayrıca, dünyanın dört bir yanında küresel pazarlardaki değişimlere hızlı yanıt verebilecek, ürün ve hizmetleri ihtiyaçlara göre şekillendirebilecek kadar esnek ve kâr marjını koruyabilecek kadar verimli bir tedarik zinciri için ipuçları sunuyor.

Her şey baştan tasarlanmalı

DHL Supply Chain Türkiye Genel Müdürü Hakan Kırımlı, konuya ilişkin şunları söylüyor: "DHL olarak dünya ticaretinin gelişimini sektörler bazında takip ediyoruz. DHL, tekstil ve moda sektöründe, lojistik operasyonları vasıtasıyla, dünya çapında ekonomiye ve küreselleşmeye katkıda bulunmaya devam ediyor. Sektöre değer katmak amacıyla hazırladığımız bu araştırmada; yakın vadede moda ve tekstil tedarik zincirlerini bekleyen trendleri, değişimleri ve bunlar karşısında atılması gereken adımları, sektör liderlerinin uygulamalarından örneklerle özetliyoruz. İnternet ve mobil iletişimdeki gelişmelerin yanı sıra; tüketicilerin artan alım gücünün de tetiklediği değişimler, moda ve tekstil sektöründe hız ve değişimlere ayak uydurma yeteneğini bir ihtiyaç haline getirdi.

Araştırma, tüketicilerin çok hızlı değişen ve öngörülemeyen satın alma davranışlarına yanıt verebilmek için, moda ve tekstil

alanında üretici ve perakendecilerin tedarik zincirlerini baştan tasarlamaları gereğine odaklanıyor. Araştırma gösteriyor ki; satış kanallarının çok parçalı yapısı, yükselen hizmet beklentisi ve üretim-pazarlama döngüsünün giderek kısılması, maliyet ve marj baskılarını artırırken, üretim tarafında zorluklara neden oluyor. Buna tüketicilerin demografik yapısındaki değişimler, gelişen pazarlardaki hızlı büyüme ve dünya çapında orta sınıfın yükselmesi gibi faktörler eklendiğinde sektörün geleceğini tanımlamak zorlaşıyor. Ülkemizde de tekstil ve moda alanında faaliyet gösteren müşterilerimizin ve tüm şirketlerin yararlanmasında dileğiyle Fashion Unleashed araştırmasını tüm iş ortaklarımıza sunmaktan mutluluk duyuyoruz."



Araştırmaya kimler katıldı?

Araştırmaya katılan markalar arasında Betty Barclay, Debenhams, Hunkemöller, IC Company, Keen Footwear, Levi Strauss & Co ve TOM TAILOR gibi sektör liderleri var. Araştırma sonuçları, sektör çapında gerçekleştirilen bir anketi ve DHL'in yıl içerisinde moda-tekstil sektöründe dünyanın lider şirketlerinin yöneticilerine yönelik gerçekleşen Fashion Masterclass etkinliğinde yapılan yuvarlak masa tartışmalarını baz alıyor.

Araştırma sonuçlarına göre, moda ve tekstil alanındaki üretici ve perakendecilerin, tedarik zincirlerini baştan tasarlamaları gerekiyor.



Hayatın her anında!

Havlusuz bir hayat düşünebilir misiniz? Sabah kalktıktan gece yatıncaya hayatımızın her anında bizimle olan banyo havluları genel olarak Türk havlusu olarak biliniyor. Güne başlarken yüzümüzü yıkadığımız; havlu ve duşun ardından sarındığımız bornozların üretiminde ilk basamak pamuk tohumlarının topraktan toplanmasıyla başlıyor. Toplanan pamuklar, iplik olmak için çuvallarla kamyonlara yükleniyor. İplik fabrikalarına ulaşan pamuklar önce yıkanıyor, işleniyor. Sonra ip haline getiriliyor. İpler yumaklara dönüştürüldükten sonra depolanıyor. Dokuma tezgâhlarında işlenen metrelerce uzunluktaki bezler kesime girip havlu haline geliyor. Bu havluların yünden yapılmış iki tarafında kesilmemiş ilmek bulunuyor. Bu ilmekler sayesinde havlu, suyun büyük kısmını emiyor. Spor yaparken kullandığımız havlu çorapların, geceleri yatağa uzarken giydiğimiz havlu pijamaların üretiminde Türkiye'nin tekstil merkezlerinden Denizli ön planda. Türkiye'de üretilen her 10 bornozun sekizi, her 10 havlunun da yedisi Denizli'de üretiliyor. Denizli'den dünyaya yılda 350 milyon havlu, 22 milyon bornoz ihracatı yapıyor.



Evlerin demirbaşı

Türk çocukları betonun soğuşunu hissetmeden büyüyorsa bunu haliya borçlular. İnce elenip sık dokunarak hazırlanan halılar, evlerin olmazsa olmazı. Evlerimizin sıcak atmosferini Türk misafirperverliğinin bir parçası olan haliya borçluyuz. Muhteşem halılar yıllarca süslediği odanın bir parçası haline geliyor. Halıların üzerinde nesiller büyüyor. Düşünün, hangimiz bir halının altında kâğıt düzeltirmedik? Ya da hangimiz halı üzerinde oyuncaklarla oynamadık? Yıllarca evlerimizin başköşesinde yer alan halıların ustalıklı dokunmuş detaylarında bir ömürlük ustalık yatıyor. Binbir emekle dokunan Türk halıları gün geçtikçe dünyada daha fazla ilgi görüyor. Türk halıları bol ve çok çeşitli desenlere sahip. Ancak İran halısından en büyük farkı süslemesinin daha az ve sade olması. Türkiye'nin birçok bölgesinde halı dokunurken, Gaziantep, Bergama, Hereke, Konya, Milas, Uşak halıları öne çıkıyor.

Türkiye'nin halı ve yer kaplamaları ihracatı

2007-2012 Yıllık ve 2012 - 2013 Ocak-Haziran (Fili)

Yıllar	İhracat (\$)	Yıllık değişim %
2007	991.984.499	
2008	1.158.452.355	16,8
2009	1.075.393.605	- 7,2
2010	1.266.827.803	17,8
2011	1.601.798.011	26,4
2012	1.997.911.274	24,7
2012 Ocak-Haziran	932.366.604	
2013 Ocak-Haziran	1.061.993.273	13,9

KAYNAK: EKONOMİ BAKANLIĞI BİLGİ SİSTEMİ / AĞUSTOS 2013

TEKSTİLİN 'BEŞİ BİR YERDE'Sİ

Sıcak yaz günlerinin serinleten dostları Buldan ve Şile bezi, hayatın her alanında yaşam kalitemizi yükselten havlular, evlerimizin sıcaklığının en büyük sebebi halılar ve giydiğimizde kendimizi iyi hissettiğimiz deri ceketler, kemerler ve ayakkabılar... 'Made in Turkey'in prestiji, dünyada her geçen gün artıyor.



Şile deyince akla...

'Tiril tiril' deyimi herhalde en çok Şile bezine yakışıyor. Yaz aylarının vazgeçilmezi Şile bezinin rahatlığı dillere destan. Buruşuk, ütüsüz görünümünü Şile sahiline borçlu. Şile güneşinin altında Karadeniz'in tuzunu emince kurulaşıp, dayanıklı hale geliyor. Şile bezi üretiminde kullanılan bükümlü pamuk ipliği önceleri İngiltere'den gelirdi. 1950'lerden beri ise Türkiye'de üretiliyor. Şile bezinden bluz, gecelik, gömlek, masa örtüsü, çay takımı, şalvar, nevresim ve pike takımı gibi birçok ürün ortaya çıkıyor. 27 yıldır her temmuz ayının son haftasında düzenlenen Şile Bezi Festivali'ne katılanlar unutulmaz konser, defile ve sergilere tanıklık ediyorlar. Şile bezi; ABD, İtalya, İrlanda, Dubai, Litvanya başta olmak üzere birçok ülkeye ihraç ediliyor.

Buldan'ın gururu

Şehzadelere elbise, hanım sultanlara çeyizlik. En sıcak yaz günlerinde bile terletmeyen bir kumaş olan buldan, 14'üncü yüzyıldan beri kullanılıyor. Buldandan hamamların vazgeçilmezi peştamaller üretiliyor. Islandıktan sonra hızlıca kuruması ve hafifliğiyle dikkat çeken buldandan yapıma peştamallere, artık plajlarda da sık sık rastlıyoruz. Kaftan ise bir diğer buldan ürünü. Osmanlı döneminin gözde kıyafeti kaftanı tekrar gündeme getiren isim efsane şarkıcı Barış Manço. 1970'lerin sonu, 1980'lerin başında Manço, sahneye her renkten yakasız ve işlemeli, yerlere kadar uzanan kaftanlarla çıkana kadar buldan dünyada fazla tanınmıyordu. Bugün Denizli'nin şirin ilçesi Buldan'da dokunan havlu, bornoz, nevresim ve örtüler dünyada büyük ilgi görüyor. Ancak Şile ile Buldan bezleri arasındaki benzerlik, zaman zaman sorun yaratıyor. Buldan bezi üreticileri ilçede üretilen kumaşların Şile bezi olarak anılmasından rahatsız.



En havalı giysi

James Dean'in ölümünün üzerinden 50 yıldan fazla geçmesine rağmen bazı fotoğrafları unutulmaz. Fight Club filminden Brad Pitt'in canlandırdığı Tyler Durden karakteri de. Kuşkusuz bunda en büyük pay, giydikleri deri cekete ait. Aslıgı temsil eden deri ceket, umursamaz tavırlarla bir araya geldiği zaman unutulmaz bir etki yaratıyor. Yazın terletmeyen, kışın üşütmeyen deri ceket birçok erkek ve kadın için artık bir kıyafetten de fazlası. Giyenlerin hayata karşı duruşunu temsil ediyor. Ama deriden imal edilen vazgeçilmez tekstil ürünleri deri ceketle sınırlı değil. Kadınların yanlarından ayırmadıkları

Türkiye'nin deri ve deri mamülleri ihracatı

2007-2012 Yıllık ve 2012 - 2013 Ocak-Haziran (Fili)

Yıllar	İhracat (\$)	Yıllık değişim %
2007	1.017.787.242	
2008	1.058.399.814	4,0
2009	837.506.218	- 20,9
2010	1.056.794.045	26,2
2011	1.261.652.988	19,4
2012	1.391.933.508	10,3
2012 Ocak-Haziran	657.845.684	
2013 Ocak-Haziran	747.739.701	13,7

KAYNAK: EKONOMİ BAKANLIĞI BİLGİ SİSTEMİ / AĞUSTOS 2013

deri çantalar, sık kıyafetlerin tamamlayıcısı deri kemerler, takım elbiselerin altına çok yakışan deri ayakkabılar, kullanışlı cüzdanlar her zaman moda. Euro Bölgesi'ndeki ekonomik krizden etkilenen İtalya ve Fransa'nın güneyindeki deri fabrikaları kapanmaya başlayınca, deri şirketlerinden Türkiye'ye sipariş yağmaya başladı. Bursa ve Uşak'ta deri yatırımları hızla artarken, Tuzla, Avrupa'ya A Plus üretimini yaptığı bir merkez haline geldi.





EGE CANSEN

En büyük teşvik kârdır

Şimdilik hepimiz ucuz döviz sayesinde çok tatlı bir hayat yaşıyoruz. İnşallah balon patlamadan ülkemizden 'petrol' fışkırır da bu rüya kâbusa dönüşmez.

İhracatımız son 10 yılda büyük artış gösterdi. Ama bir türlü sanayimizin katma değer yaratma oranı artmadı.

Sıksa ama çok zengin bir adamın cılız bir oğlu varmış. Çocukluğunda ve gençliğinde sağa sola sataştığı için epey dayak yemiş olan zengin adam, “Benim vücudumu geliştirecek vaktim olmadı; bari oğlumun olsun. Mecbur kalırsa bir, iki kişiyi pataklayabilsin” diyormuş. Bu amaçla vücut geliştirme uzmanlarına gidip akıl danışmış. Uzmanlar, “Oğlunuzun kaslı bir vücuda sahip olması için bir vücut geliştirme salonunda, haftada üç gün idman yapması gerekir. Ayrıca köşkünüzde mevcut, az kullanılan bir mekânı da jimnastik odasına dönüştürün. Salona gelmediği günler orada ağırlık çalışsın” demişler. Baba, derhal harekete geçmiş ve oturdukları konağın bahçesine küçük bir spor salonu inşa ettirmiş. İçine de halter takımları koydurtmuş. Çocuk, bir süre sonra babasına, “Ben dışarıdaki vücut geliştirme salonuna gitmeyeyim, orada çok yoruluyorum. Mademki konağımızda kendi spor salonumuz var burada çalışayım”

demiş. Baba da sevgili oğlunun önerisini kabul etmiş.

Haftalar haftaları, aylar ayları kovalamış. Oğlan, babasına her gün kaldırdığı ağırlığı artırdığını söylüyormuş, ama vücudunda bir gelişme olmuyormuş. Bir gün eve erken gelen baba, “Bir bakayım benim oğlan nasıl vücut çalıştırıyor?” diye usulca bahçedeki jimnastik salonuna gitmiş. Bir de ne görsün? Oğlu halter kaldırıyor ama halterin iki ucundan tutan izbandut gibi iki adam ona yardım ediyor. Salondan çıkıp, eve gitmiş. “Hanım, gel buraya” diye seslenmiş. Yanına gelen karısına gördüklerini anlatmış. Kadın, kocasına dönmüş, “Bey, sakın kızma; o iki adamı ben tuttum. Baktım, bizim cılız oğlan, o ağırlıkları kaldırırken çok zorlanıyor. Yüreğim parçalandı, aklıma bu çare geldi. Şimdi çocukcağыз hem daha fazla ağırlık kaldırıyor hem de hiç zorlanmıyor. Çok iyi olmadı mı?” demiş.

Türkiye her yıl ihracatta rekorlar kırıyor. Ne var ki dış ticaret açığı bir türlü azalmıyor. Azalması bir yana, arttıkça artıyor. Son birkaç yılda aslında çok büyük bir kısmı ‘sermaye hareketlerinde yer alması gereken altın ticareti’ hariç, ihracatımız, ithalatımızın kabaca yüzde 60’ını karşılıyor. Çünkü daha fazla ‘brüt’ ihracat yapıyoruz, ama ‘net’ ihracatımız artmıyor. Yani ihraç mallarımızın içindeki ithal girdilerin (ki en önemli girdilerden biri de enerjidir. Sanayi, enerji tüketmeden katma değer yaratamaz) payı giderek artıyor. Sebep; sanayi firmalarının, gerek iç gerek dış piyasaya sunmak için yaptıkları imalatla daha fazla ithal hammadde, yarı mamul ve komponent kullanır hale gelmeleridir. Çünkü bu tarz üretim daha ‘kârlı’ oluyor. “İşletme yönetimi ilkesi” deyin, “İş adamlığı” deyin, “Sanayicilik” deyin, neticede ticarete ayakta kalmanın tek yolu kâr etmektir. Sanayici yerli girdi kullanmamakta haklıdır. “Spor olsun” diye

ihracat yapılmaz.

Zengin çocuğunun, iki hamalın yardımıyla her gün daha fazla ‘brüt’ ağırlık kaldırması gibi, bizim de ihracatımız son 10 yılda büyük artış gösterdi. Ama bir türlü sanayimizin katma değer yaratma oranı artmadı. Özet olarak ‘net ihracatımız’ yani ihraç ettiğimiz katma değer, yeterince artmadı. Bu yüzden yabancı üreticiler karşısında bizim sanayimizin rekabet gücü gelişmedi. Türkiye’ye doğrudan yatırım yapan yabancı firmalar da ihracat yapmak için değil, “Türkiye’nin iç piyasasından daha fazla pay almak için” buraya geldiler.

Bu hikâyenin böyle sürüp gitmesinin sebebi de enflasyonla mücadele için sürdürülen ‘ucuz döviz’ politikasıdır. Şimdilik hepimiz ucuz döviz sayesinde çok tatlı bir hayat yaşıyoruz. Başkaları üretiyor, biz tüketiyoruz. İnşallah balon patlamadan ülkemizden ‘petrol’ fışkırır da bu rüya kâbusa dönüşmez.

Tekstilin 2025 HEDEFİ!

Eurotex'in geleneksel olarak her yıl gerçekleştirmeyi planladığı ve ilki Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası'nın desteği ile Kasım 2012'de İstanbul'da yapılan konferansın ikincisi, Alman Tekstil ve Moda Konfederasyonu'nun (GTMI) ev sahipliğinde, 4-5 Kasım 2013'te, Berlin'de düzenlendi.



Konferansta, tekstil sektörü, teknolojiye kadar hemen her alanda mercek altına alındı.

AB Tekstil ve Modası 2025, İnovasyonla Şekillenen Yeni bir Endüstriyel Paradigma' başlığı altında, AB'nin birçok ülkesinin yanı sıra ABD ve Çin'den konuşmacıların yer aldığı iki günlük konferansta, sektörün mevcut durumunun yanı sıra, 2025 yılında nasıl şekilleneceğine yönelik vizyon çizilmeye çalışıldı.

Konferansta özellikle, dünyanın en önemli üreticileri ve en büyük pazarlarından biri olan AB pazarında yaşanan tüm olumsuzluklara rağmen, tekstil ve konfeksiyon sektörünün gelecekte de Avrupa için önemini korumaya devam edeceğinin altı çizildi. Ayrıca, AB'nin özellikle teknik tekstiller konusundaki öncü konumunun ar-ge harcamalarının da artmasıyla sürdürülebilir şekilde gelişeceği öngörüldü. Teknolojik gelişmelerin sektörde farklı yaklaşımları ve iş yapış şekillerini getireceği, tıptan inşaata ve havacılığa kadar farklı sektörlerle iş birliği açısından tekstil sektörünün önemli bir potansiyeli olduğu konuşuldu. Klasik tekstil ürünlerinde kalite, güven, moda ve marka olgularının gelişmekte olan yeni pazarlarda AB'ye önemli bir avantajlar sağlayacağı, gelişen pazarlarda pazara erişim imkânlarının artırılmasının önemli olduğu ifade edildi.

Toplantının açılış konuşmalarını

Alman Sanayi Konfederasyonu Direktörü Dr. Markus Keber, AB'nin rekabetçi konumunu güçlendirmesi için, Ar-Ge ve insan kaynağına yatırım yapması gerektiğini söyledi.

Euratex Başkanı Alberto Paccanelli ve GTMI Başkanı Peter Schwartz'e yaptı. Ana konuşmacı Alman Sanayi Konfederasyonu Genel Direktörü Dr. Markus Keber şunları söyledi:

“Müzakereler önemli”

“1990'lar sonrasında dünya üretimi üç kat artı. Bu süreçte Almanya, rekabetçi yapısıyla globalleşmeden önemli kazanımlar sağlayan ülkelerden biri oldu. Önemli oranda dış ticaret fazlası verdi. GSMH içinde sanayinin sahip olduğu yüzde 23'lük pay, AB ortalamasının oldukça üzerinde. Bu anlamda Alman ekonomisi, AB'nin en önemli ekonomisi konumuna geldi. AB, rekabetçi konumunu giderek kaybetmeye

başlayınca, ekonomik kriz birçok firmayı olumsuz etkiledi. Euro ile tek para birimini kullanmaya başlayan AB, mali anlamda aynı birlikteliği sağlayamadı; ortak bir mali politika belirlemekte zorlandı. Üye ülkelerin uyguladığı farklı vergi politikaları enerji fiyat politikalarına yansdı. AB'nin, rekabetçi konumunu güçlendirmek için ar-ge ve insan kaynağına yönelik yatırımlarını artırması gerekiyor. BRIC gibi gelişmekte olan ülke pazarlarında daha fazla pay alınması, bu anlamda AB'nin STA anlaşmalarında daha hızlı şekilde hareket etmesi gerekiyor. AB-ABD arasındaki STA müzakereleri bu anlamda çok önemli.”



Euratex
Başkanı Alberto
Paccanelli

Keber'in ardından Agathon Associates'den David Trumbull, AB-ABD Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTIP) konusunda sunum yaptı. TTIP'in ekonomik ve politik anlamda önemi ve büyüklüğünü ifade edip, sonra da ABD tarafında yer alan NCTO ve AAFA gibi çıkar grupları ve TTIP'ten beklentileri vurguladı. Trumbull, ABD'nin tekstil sektörünün anlaşmanın ilk gününden itibaren vergilerin sıfırlanması yönündeki talebi, halihazırda ABD'de geçerli olan iplikten üretime dayanan menşe kuralının devam etmesi, güçlü bir korunma ve gümrüklerde iş birliği mekanizması kurulmasına yönelik önceliklerini anlattı.

Konferansta; Çin tekstil ve konfeksiyon

sektörünün mevcut durumu ve gelecek perspektifi hakkında Çin Non-woven ve Endüstriyel Tekstil Birliği'nden Lingshen Li ve Çin Tekstil ve Konfeksiyon İhracat ve İthalat Ticaret Odası adına Ling Xiao iki ayrı sunum yaptılar. Li ve Xiao; Çin tekstil ve konfeksiyon ihracatının 2012 yılı itibarıyla 260 milyar doları geçtiğini ve 2013 yılı içinde 300 milyar dolara yaklaşmasını beklediklerini, Çin'in dünya tekstil ve konfeksiyon ticaretindeki payının 2004-2012 döneminde önemli oranda arttığını, konfeksiyonda 2004'deki yüzde 24'lük payın yüzde 37'ye, tekstildeki yüzde 17'lik payın

yüzde 3.2'sini gerçekleştirdiğini, 2.9 milyar dolarlık ihracatıyla dünyanın altıncı büyük ihracatçısı olduğunu ve sektörde 230 bin kişinin istihdam edildiğini anlattı.

Kore tekstil sanayiinin yüksek teknoloji ürünlere odaklandığını, teknolojiyi etkin şekilde kullanabildiğini, dikey entegrasyonda önemli iş birlikleri bulunduğunu ve karmaşık üretim teknolojilerine rahatlıkla adapte olabildiklerini söyleyen Prof. Chang Whan Joo, Kore'nin olumlu imajı ve marka değerinin, son dönemde gerçekleştirilen STA anlaşmalarının, artan Ar-Ge harcamalarının

Önümüzdeki dönemde teknolojinin gelişmesi ile özellikle teknik tekstiller alanında önemli ilerlemeler olacak.



Almanya'da düzenlenen konferansa yoğun bir katılım vardı.

ise yüzde 33'e çıktığını anlattılar. Çin'de özellikle iç piyasada önemli

gelişmeler görüldüğünü, konfeksiyon alanında kişisel harcamaların son beş yıl içinde GSMH'nın 6 bin doların üzerine çıktığını, perakende sektörünün cirosunun ise 4-5 kat büyüdüğünü söylediler.

İleri teknoloji önemli

Kore Tekstil sektörüyle ilgili olarak Chungnam National Üniversitesi profesörlerinden Chang Whan Joo yaptığı sunumda; Kore tekstil sanayinin yaklaşık 40 milyar dolarlık üretimiyle GSMH'nın

sektöre gelecekte çok daha olumlu katkı sağlamasının beklendiğinin de altını çizdi.

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörüyle ilgili yaptığı sunumda İTÜ'den Prof. Dr. Bülent Özipek; Türkiye'nin teknik tekstil ihracatının 2012 yılı için 1.4 milyar doları bulunduğunu, aynı dönemde 1.2 milyar dolarlık da ithalat yapıldığını, Türkiye'nin dünya pazarında ancak 18'inci sırada yer alabildiğini, Türk tekstil sanayinin geçmiş deneyimleri ve geçirdiği yapısal değişimle AB pazarına olan yakınlık avantajını olumlu şekilde kullanmayı başarabildiğini, son dönemde üniversite sanayi işbirliğinin geliştirilmesine yönelik olarak olumlu anlamda yapılan çalışmaların

sektörün rekabet gücüne önemli katkılar sağlamasının beklendiğini anlattı.

Konferansa Messe Frankfurt adına katılan Detlef Braun ise gelecekte fuarların günümüzden çok daha farklı şekilde oluşacağını, özellikle IT alanında yaşanan gelişmelerin sektöre ve iş yapış şekillerine belirli farklılıklar getireceğini, Messe'nin tekstil sektörüne yönelik dünyanın birçok şehrinde fuarlar gerçekleştirdiğini ve sektöre sağladığı katkıyı devam ettireceğini söyledi.

Diğer konuşmacı Uluslararası Ekonomi Politikaları Avrupa Merkezi Direktörü Hosuk Lee Makiyama da, 2025 perspektifinde bulundu. Makiyama, 2005 ertesinde kotaların kalkmış olmasına rağmen vergilerde bir düşüş olmaması nedeniyle tam bir liberalizasyon sağlandığından bahsetmenin doğru olmayacağını, ertesinde AB tekstil ve konfeksiyon sanayiinin üretiminin stabil kalmasına rağmen, dış ticarete görülen artış nedeniyle dünya ticaretinden aldığı payın ve AB sanayi içindeki ağırlığının azaldığını, sektörde rekabetin şekil değiştirdiğini, özellikle gelişmekte olan pazarlarda önemli büyümeler görüldüğünü, ancak tüm bu gelişmeye rağmen, AB'nin tekstil ve konfeksiyon sektöründe en büyük pazar konumunu koruduğunu aktardı.

Deutsche Bank adına Eric Heymann yaptığı sunumda; AB imalat sanayiinin AB ekonomisindeki ağırlığının 2000 yılı başından beri giderek azalarak yüzde 18'lerden yüzde 15'e kadar düştüğünü, AB 2020 stratejisi çerçevesinde öngörülen yüzde 20 hedefine ulaşmak için önemli yatırımlar yapıldığını vurguladı. Heymann, Alman ekonomisinin, AB'nin en güçlü ekonomisi olarak görüldüğünü, tüm AB üretiminin yüzde 30.5'inin Almanya tarafından gerçekleştirildiğinin altını çizdi.

Markanın 'sabit'i!

Konferansın birinci gününün son bölümünde, 'Tekstil + Moda 2025: Moda ve Ev Tekstili Sektöründen Bakış' başlıklı altında üç sunum yapıldı. Bu bölümün ilk sunumunu Falke Grubu Yönetici Ortağı Franz Peter Falke yaptı. Konuşmasına günümüz dünyasında birçok değişken olduğunu vurgulayarak başlayan Falke, şöyle devam etti: "Belirsizliğin hâkim olduğu bir ortamda, 2025 yılında moda kavramına yapılacak ilk yorumun, kendini yeniden yaratmaya dayanan modada hiçbir şeyin kesin olmayacağıdır. Modada yaratıcı

enerjiler, her zaman yeni olanın peşindedir."

Falke'ye göre 2025'te etkili olacak sabit çerçevenin ilk unsuru markalar. Marka, etiketten farklı olarak her dönem kendi modasını ve etiketini yaratan bir 'sabit' olarak öne çıkıyor. Markanın sadece bir görünüş olmadığına inanan Falke, kalite, fonksiyon, yaratıcılık ve estetiğin birleşiminden oluşan marka sayesinde, insanların çok fazla seçenek arasında, kendi yaşamlarını bilinçli ve mantıklı şekillendirme yönünde bir araç olarak modanın önemini ifade ediyor.

Bölümün ikinci konuşmasını, Fransız ev tekstili üreticisi Garnier Thiebaut firmasının

Katılımcılar, tekstil sektörünün 2025 perpektifi ile ilgili konuları, ilgi ile takip etti.



Messe Frankfurt temsilcisi Detlef Braun, gelecekte fuarların çok daha farklı olacağını, IT alanında yaşanan gelişmelerin iş yapış şekillerine farklılıklar getireceğini söyledi.

Satış Geliştirme Sorumlusu Stephanie Laporte yaptı. Fransa'nın Vosges bölgesinde 1833 yılında kurulan ve ürünleriyle bu bölgeden tüm dünyaya yayılan firma, 210 bin kişiye istihdam sağlıyor. Yılda 2.2 milyon metre kumaş üretiyor ve üretilen ürünler 80 ülkeye ihraç edilerek üç binden fazla satış noktasında tüketiciyle buluşuyor.

Firma, gelişmesini şu unsurlara bağlıyor: Küçük serilerle ve kişiselleşmiş ürünlerle ürünlerinin sürekli genişlemesi, yılda iki yeni perakende koleksiyonuyla tasarım, renk ve üretimde yaratıcılık, yüksek performans ve farklılık için ar-ge'ye dayalı inovasyon, kaliteli ve hızlı üretim, tüketici hizmetlerine verilen önem, Fransız yaşam şeklinin ürünlerle tüketiciye iletilmesi, çalışanların kültürü ve geleneği yansıtmadaki yeteneği, sürdürülebilir kalkınma ve çevreye verilen önem ve son olarak ürünün etiketi ve nerede üretildiği. Laporte, ürünün etiketinin tüketici sadakatinin oluşmasında önemli bir rol oynadığını düşünüyor.

Euratex'ten AB Komisyonu'na mektup

Sendikamızın da katkılarıyla, Serbest Ticaret Anlaşmaları görüşmeleri ve AB-ABD Transatlantik Yatırım ve Ticaret Anlaşması'yla ilgili olarak Euratex nezdindeki girişimin ertesinde, AB Komisyonu'na hitaben bir mektup kaleme alınması sağlandı.



Türkiye, AB pazarında ikinci en büyük tedarikçi.

Haber: Bora Kocaman

Türkiye, tekstil ve konfeksiyon sektöründeki etkin konumu ve büyüklüğü sayesinde, AB pazarının Çin'den sonra en büyük tedarikçisi konumunda. Dünyanın tekstil ve konfeksiyon sektörlerindeki en liberal pazarlarından biri olan AB pazarında Türkiye'nin etkin konumunu ve pazar payını korumaya yönelik olarak sendikamız ve diğer meslek örgütleriyle birlikte önemli çalışmalar yapılıyor.

AB 'ye tam üye olmaması nedeniyle AB karar alma süreçlerinde doğrudan yer alamayan Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü, AB'de üyesi olduğu sivil toplum örgütleri aracılığıyla AB içinde, sektörel ve milli ekonomik menfaatlerimize uygun olarak etkin bir rol almaya çalışıyor.

AB'nin tekstil ve konfeksiyon alanındaki en önemli sivil toplum örgütü olan Euratex,

AB Komisyonu ve AB kurumları nezdinde önemli bir bilinirliğe ve saygınlığa sahip. Euratex, AB tekstil ve konfeksiyon sektörüyle ilgili tüm konuları, AB Komisyonu ve ilgili diğer kurumlar nezdinde yakın şekilde takip ediyor ve AB'nin katılımcı demokrasi işleyişi içerisinde, sektör lehine muhtelif girişimlerde bulunuyor. Ticaret ve endüstri, ar-ge ve inovasyon, çevre, fikri mülkiyet hakları ve sosyal barış gibi başlıklar, Euratex'in önemle üzerinde durduğu ve hassas şekilde takip ettiği başlıca konular.

Özellikle ticaret ve endüstri konu başlığı altında takip edilen Serbest Ticaret Anlaşmaları, menşe tespiti, Yeni Pazarlara Giriş, Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi çerçevesinde belli ülkelere tanınan imtiyazlar (GSP) AB ve Türk tekstil ve konfeksiyon sektörlerinin geleceği açısından



Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü, Euratex'te dört üye ile temsil ediliyor.

büyük önem taşıyan hususlar olarak ön plana çıkıyor. Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü, Euratex'in önemli destekçilerinden biri olarak yönetim kurulunda en çok temsile sahip iki üyeden biri konumunda. Türk tekstil ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren önemli sivil toplum örgütleri arasında yer alan Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası (TTSİS), İstanbul Tekstil Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB), İstanbul Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) ve Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Euratex Yönetim Kurulu'nda biri başkan yardımcısı düzeyinde olmak üzere, toplam dört üye ile temsil ediliyor.

Sorunlar dile getirildi

Türkiye, Euratex nezdindeki bu etkin konumunu AB Komisyonu nezdinde Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü menfaatlerine uygun olarak kullanmaya çalışıyor.

Bu anlamda son dönemin en önemli konu başlıklarından biri olan AB'nin gerçekleştirdiği STA görüşmeleri ve özelinde AB-ABD Transatlantik Yatırım ve Ticaret Anlaşması'yla (TTIP) ilgili olarak Euratex nezdinde yapılan girişim ertesinde, AB Komisyonu'na hitaben bir mektup kaleme alınması sağlandı.

Euratex tarafından AB Komisyonu Ticaret (DG Trade) Genel Müdürü'ne hitaben ve Uluslararası Ticaret Komitesi Başkanı'na dağıtımı yapılan yazıda, Türkiye'nin STA anlaşmaları kapsamındaki sorunları dile getirildi.

Söz konusu mektupta özetle;
• Euratex'in aralarında Türkiye'nin de yer

aldığı AB tekstil ve konfeksiyon sektörünün menfaatlerini savunduğu,

- Gümrük Birliği Anlaşması çerçevesindeki yükümlülükleri nedeniyle Türkiye'nin AB dış ticaret politikalarını izlemek ve uygulamak zorunda olduğu,
- Euratex'in AB'nin üçüncü ülkelerle STA imzalanmasına yönelik politikalarını desteklemekle beraber, söz konusu ülkelerin Türkiye ile benzer bir STA imzalanması konusunda istekli olmaması nedeniyle Türkiye aleyhine yaşanan asimetrik durumun farkında oldukları,
- Özellikle Japonya ile ABD gibi önemli

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü, Euratex'in önemli destekçilerinden biri olarak, yönetim kurulunda en çok temsile sahip olan iki ülkeden biri konumunda.

ticari ortaklarla yapılan görüşmeler sırasında bu durumun daha da önemli bir boyut kazandığı,

- AB tekstil ve konfeksiyon sektörünün önemli bir üyesi olarak Türkiye'nin AB tekstil ve konfeksiyon sektörünün pazara erişim anlamında önemli kazanımlar elde edeceği TTIP'de yer alma konusunda büyük bir çaba gösterdiği,
- AB Komisyonu'nun 3. Ülkeleri Türkiye ile STA görüşmelerine başlaması hususundaki girişimlerinin bilindiğini, konunun Avrupa Parlamentosu'na da taşındığını,
- Euratex'in, bu tarz girişimlerin artırılarak sürdürülmesini talep ettiğini,
- Bu anlamda tekstil ve konfeksiyon değer zincirinde gerekli entegrasyonu sağlamak üzere Euratex'in muhatap örgütlerine de benzer mesajları gönderdiği ifade edildi.

Tekstil ve hazır giyimde YENİ PAZARLAR

Türkiye'nin rekabette yoğun sektörlerinden tekstil ve hazır giyim, geleneksel pazarlarına alternatif pazarlar yaratıyor. Brezilya, Japonya ve Kore'ye yönelen sektörün pazar haritası da bu süreçte değişmeye başladı.

Cumhuriyet'in 100'üncü yılının kutlanacağı 2023 yılı için Türkiye'nin 500 milyar dolarlık ihracat hedefi var. Toplam ihracatları şu anda 25 milyar doları bulan tekstil ve hazır giyim sektörlerinin bu hedefe büyük katkısının olması bekleniyor. Tekstil ve hazır giyimciler, ihracatlarını artırabilmek için alternatif pazarlara da yöneliyor.

Geleneksel pazarların başında gelen Avrupa ülkelerinde küresel krizin etkisiyle pazarın giderek daralmaya başlaması ve Çin, Hindistan gibi ülkelerin yarattığı rekabet nedeniyle sektör, daha önce pek de keşfedilmeyen, ancak önemli potansiyeller barındıran Brezilya, Japonya ve Kore gibi ülkelere yoğunlaşmaya başladı.

Bu pazarlarla kurulan bağlantılar neticesinde tekstil ve hazır giyim sektörlerinin pazar haritası da değişiyor. Bu ülkeler, barındırdıkları imkânlar bakımından tekstil ve hazır giyim üreticilerinin iştahını kabartan yerler, çünkü nüfus yoğunlukları sayesinde yarattıkları tekstil ve hazır giyim ithalatı potansiyelleri epey yüksek. Türk üreticiler, yeni pazarlardaki fuarlara katılarak ya da ticaret anlaşmaları imzalayarak, bu ülkelerde etkin rol oynamaya çalışıyorlar.

Rakamlar ne diyor?

İTKİB Tekstil Sektörü İhracat Değerlendirmesi Raporu verilerine göre, geçtiğimiz yıl yapılan 7.8 milyar dolarlık tekstil ihracatının 3.5 milyar dolarlık kısmı Avrupa Birliği (AB) ülkelerine yapılırken, bu ülkelere olan ihracat, 2011 yılına göre yüzde 7.6 oranında azaldı. Bu rakamlar AB ülkelerinde yaşanan ekonomik durgunluğun tekstil ihracatına yansımalarının devam ettiğini gösteriyor. Türkiye'nin tekstil ihracatında ikinci büyük pazarı olan Rusya Federasyonu ülkelerine 2012 yılında tekstil ihracatı yüzde 9.4 oranında artarak 1.7 milyar dolara ulaştı. Cezayir, Mısır, Tunus, Fas, Libya ve Güney Afrika Cumhuriyeti ülkelerini içeren ve Türkiye'nin üçüncü büyük pazarı olan Afrika grubuna ihracatımız yüzde 8.5 oranında artarak 764 milyon doları buldu. ABD, Kanada, Brezilya, Meksika gibi Amerika kıtasında yer alan ülke grubuna olan ihracat da yüzde

AB ülkelerine yapılan tekstil ihracatı azalırken, alternatif pazarlara olan ilgi giderek artıyor.



Alternatif pazarlarda düzenlenen fuarlar, tekstilcilere yeni ticaret kapılarını açıyor.

13.2 artarak 506 milyon dolar seviyesine geldi. Japonya, Çin, Hong Kong, Hindistan gibi ülkelerin içinde yer aldığı Asya ve Okyanusya ülke grubuna yönelik ihracat ise yüzde 58 oranında artarak 467 milyon dolara yükseldi. Azerbeycan, Özbekisten, Kazakistan gibi Türk Cumhuriyetleri'nin içinde yer aldığı ülke gruplarına olan

ihracat ise yüzde 20 artışla 123 milyon dolar seviyesine ulaştı.

Futboldan tekstile

Türkiye ile olan ticari ilişkileri geçmiş dönemde futbolcu transferleriyle şekillenen Brezilya pazarında artık Türk tekstil ürünleri de yer almaya başladı. Yeni pazarlara açılım konusunda öncü birliklerden olan ve bunun için çeşitli çalışmalara imza atan Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB), geçtiğimiz yıl Brezilya'nın Sao Paulo kentinde düzenlenen 'Premiere Brasil 2012' fuarına milli katılım organize ederek, firmaların bu yeni pazarda yer almasını kolaylaştırdı.

Son yıllarda öne çıkan ve ekonomik gelişimi ile potansiyel barındıran bölgelerden biri olan Latin Amerika'nın kalbi sayılan Brezilya, içinde bulunduğumuz süreçte yükselişe geçen büyük ülkelerden.

Geçtiğimiz yıl Brezilya'nın Sao Paulo kentinde düzenlenen 'Premiere Brasil 2012' fuarına katılan Türk firmaların kumaş ve aksesuarlarını Brezilya pazarına tanıttıklarını belirten UTİB Başkanı İbrahim Burday, "Yeni pazarlara açılım konusunda öncü birliklerden olan birliğimiz, geçtiğimiz yıl Brezilya'nın Sao Paulo kentinde düzenlenen 'Premiere Brasil 2012' fuarına milli katılım organize ederek, firmaların bu yeni pazarda yer almasını kolaylaştırdı.

Firmalar daha önce kendi çabalarıyla bu fuara katılıyorlardı. Milli katılım düzenleyerek, Türk firmalarının kendilerini bu yeni pazarda daha organize biçimde tanıtmalarını sağladık" diyor.

Yılın ilk sekiz ayında 5.5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirildiğine de dikkat çeken Burday, son 10 yılda Brezilya, Çin, Tunus gibi yeni pazarlara olan ihracatın önemli ölçüde arttığını belirterek, "Tekstil sektörü, hem pazara giriş hem de pazar çeşitlenmesi bakımından önemli başarılarla imza atıyor. Tekstilde 2012 yılını yaklaşık 8 milyar dolarlık ihracat ile kapatmıştık. Bu yılın ilk dokuz ayında 6.2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiğini düşündüğümüzde, bu yıl yaklaşık 8.5 milyar dolarlık bir ihracat rakamına doğru koşuyoruz" dedi.

Avrupa'dan farklı

Brezilya pazarı ile kaydedilen ticari gelişmelerin Türk tekstilcileri için önemli bir gelişme olduğuna işaret eden Burday, Brezilya'nın uygulanan yüksek oranlı vergilere rağmen doygunluk düzeyi açısından Avrupa'dan çok farklı bir ülke olduğunu da söylüyor. Burday, UTİB olarak farklı ülkelerde yeni pazarlar için çalışmalar yapmaya devam ettiklerini de vurguluyor.

Brezilya pazarına ihracat gerçekleştiren Türk şirketlerinden biri olan İlay Tekstil A.Ş. Pazarlama Müdürü Cemil Parlakay, Brezilya'nın Latin Amerika ülkeleri arasında gelecek vaat eden ülkelere biri olması nedeniyle ilgilerini çektiğini ve bu pazara odaklandıklarını söylüyor. Son 2-3 yıldan bu yana Brezilya pazarıyla ticari ilişkilerini geliştirmek üzere çalışmalar yaptıklarını, burada düzenlenen fuarlara katıldıklarını belirten Parlakay şöyle devam ediyor: "Şu anda bu pazara olan satışımız beklentilerimizin çok altında. Ancak Brezilya ve Latin Amerika'nın gelecek vaat ettiğini gözlemliyoruz. Önümüzdeki dönemde bu pazar ile olan ticaret ilişkilerimizi geliştirmeyi hedefliyoruz."

Tekstil sektörü için önemli potansiyel barındıran Brezilya pazarında Türk ihracatçıları için yüksek vergiler, ithalat ve gümrük mevzuatındaki bürokratik engeller olmak üzere iki önemli sorun bulunuyor. Ayrıca bu pazara ihracat gerçekleştirecek olan her ihracatçının bir aracı firmaya ihtiyaç duyacağına dikkat çekiliyor. Tüm bu zor şartlara rağmen Türk tekstilcilerin ürünlerinin yüksek kaliteli ürünler olmaları nedeniyle Brezilya ve Latin Amerika

pazarında şanslarının çok yüksek olduğu da vurgulanıyor.

8.5 milyar dolarlık ihracat

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) verilerine göre, Türkiye'nin 2012 yılı tekstil ihracatı bir önceki yıla oranla yüzde 1.2 oranında azalarak 7.8 milyar dolar olarak gerçekleşti. Geleneksel pazarlarında yaşanan düşüşten etkilenen sektörün, alternatif pazarlara yönelerek ihracatını artırırken, 2013 yılını 8.5 milyar dolar ile kapatması bekleniyor.

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Gülle, geçtiğimiz yıl bir miktar düşüş yaşayan tekstil ihracatının bu yıl toparlandığını ve gelecek yılın biraz üzerinde bir rakamla yılın kapanmasını beklediklerini söylüyor.

Sektörün alternatif pazarlara yönelmesinin doping etkisi yaptığını işaret eden Gülle, "Geleneksel pazarlarımızda yaşanan düşüş, alternatif pazarlarla telafi edilmeye başlanıyor. Bununla birlikte düzenlenen fuarlar, sektörümüze önemli katkılar sağlıyor. Çin'in talebinin artması da tekstil sektörüne olumlu yansıyor" diyor.

G. Kore ile serbest ticaret

Türkiye'nin alternatif pazarları arasına girmeyi başaran Güney Kore ile geçtiğimiz mayıs ayında imzalanan serbest ticaret anlaşması sonrası Türk iş adamları bu ülkeye yönelik ihracat hamlesi başlattı. İki ülke arasındaki ticareti geliştirmek üzere, Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) ve Güney Koreli Daegu Gyeongbuk Tekstil Sanayi Derneği (DGTIA) arasında bir mutabakat anlaşması imzalanmıştı.

TGSD Başkanı Cem Negrin, Türkiye ile Güney Kore arasındaki imzalanan anlaşmanın Türk tekstil ve hazır giyim ticaretinde yeni ufuklar açacağını söylüyor. 2012 yılında yaklaşık 6.2 milyar dolar hazır giyim ithalatı yapan Güney Kore'nin dünyanın en büyük beşinci ihracatçısı Türkiye için ciddi bir potansiyel barındırdığını belirten Negrin, Güney

Brezilya pazarının profili

► Brezilya, küresel krize rağmen Latin Amerika'nın büyük ülkelerinden biri olarak dikkat çekiyor. Öyle ki; ülke, 206 milyonluk nüfusu ve satın alma gücü paritesine göre 2.3 trilyon doları geçen gayri safi yurt içi hasılası ile dünyanın en büyük 8'inci ekonomisi. ► Yıllık yaklaşık 250 milyar dolarlık ihracatı ve 220 milyar dolarlık ithalatı ile önemli bir pazar konumundaki Brezilya, yıllık ortalama 4.5 milyar dolarlık tekstil ve 2 milyar dolar hazır giyim ithalatı yapması ile de Türk tekstili için önemli bir yere sahip. ► Brezilya ve Türkiye arasında halen toplam dış ticarete açık olsa da son

beş yıllık dönemde Türkiye'nin Brezilya'dan ithalatı iki kat artarken ihracatı da dört kat arttı. Brezilya tekstil pazarındaki payını son beş yıllık dönemde, 10 milyon dolar civarından 80 milyon dolara çıkaran Türk tekstilcileri, böylece bu pazara yaptıkları tekstil ihracatını 8 kat artırmış oldu.

► Tekstil sektörü için önemli potansiyel barındıran Brezilya pazarında Türk ihracatçıları için yüksek vergiler, ithalat ve gümrük mevzuatındaki bürokratik engeller olmak üzere iki önemli sorun bulunuyor.

► Bu pazara ihracat gerçekleştirecek olan her ihracatçının bir aracı firmaya ihtiyaç duyduğuna dikkat çekiliyor.

► Türk tekstilcilerin, ürünlerinde yüksek kaliteyi sunabilme özelliği ile Brezilya ve Latin Amerika pazarında şans çok yüksek.



Kaliteli ürünler üreten Türk tekstil şirketlerinin Brezilya pazarında şansı yüksek.



UTİB BAŞKANI İBRAHİM BURDAY

Yeni pazar yeni açılım getiriyor

"Tekstil ve hazır giyim sektörleri rekabet yoğun sektörler olarak öne çıkıyorlar. Bu sektörler için geliştirilen her yeni pazar yeni bir açılım anlamını taşıyor. Bu nedenle sektörümüze yeni pazarlar kazandırmak için her yıl yoğun çalışmalar yapıyoruz. Bunun için de fuarlara katılıyoruz."



TİM BAŞKANI MEHMET BÜYÜKEKŞİ

2023 hedefi, yeni pazarlarla daha da yakın

"Türkiye'nin 2023 yılı için koyduğu 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmak için tüm sektörlerin pazar sayısını artırması büyük önem taşıyor. Çünkü küresel kriz sonrasında bazı geleneksel pazarlarımızda durgunluk söz konusu. Yeni pazarları keşfederek ihracatımızı artırmamız ve 2023 hedefine bir adım daha yaklaşmamız gerek."



Güney Kore'nin 2012 ithalatı, 514 milyar dolar seviyesinde.

Güney Kore fırsatı

Türkiye- Güney Kore Serbest Ticaret Anlaşması, Türkiye'nin şimdiye kadar imzaladığı 29'uncu serbest ticaret anlaşması oldu. Ekonomi Bakanlığı Dış Ticaret Uzmanı Çiğdem Şamiloğlu Erkoç, anlaşmayla ilgili şu değerlendirmeleri yapıyor: "Güney Kore ile imzalanan STA özel bir girişim. Bizim var olan 16 ticaret anlaşmamızla tercihli pazara giriş imkânı kazandığımız ülkelerin pazar büyüklüğü 2012 yılı ithalat rakamı itibarıyla 600 milyar dolar civarında. Tek başına Güney Kore'nin 2012 yılında 514 milyar dolarlık bir ithalat hacmi var. Ticari anlamda bu kadar gelişmiş bir ülke ile ilişkilerin sıkı tutulması başarılı sonuçlar doğuracaktır." Dünyanın en büyük 15'inci ekonomisi olan Güney Kore, 1960'lı yıllardan günümüze kadar istikrarlı büyüme gösteren bir ülke olması nedeniyle de önemli bir ülke. 2013'te yüzde 2,8 oranında büyümesi beklenen ülke, büyümesini diğer ülkeler gibi ithal ikameci bir politika benimsememesine borçlu. Güney Kore'de Türkiye'ye ve Türklere karşı pozitif bir bakışın olduğu belirtiliyor.

Kore'nin Türkiye'nin hazır giyim ihracatı içindeki yerini şöyle özetliyor: "Türkiye'nin 17 milyar dolarlık tekstil ihracatı içinde Güney Kore'nin payı yüzde 0,2 gibi bir rakamla yok denecek kadar az. Tekstil ve hazır giyim olarak toplam 22 milyon dolar ihracatımıza karşılık Güney Kore'den 240 milyon dolarlık tekstil ürünleri ithal etmişiz. Türkiye genelinde ise 2012 yılında Güney Kore'ye 528 milyon dolarlık ihracat yaparken, 5,6 milyar dolarlık ithalat gerçekleştirmişiz. Bir başka ifadeyle Güney Kore, ülkemize bizim sattığımızın 10 katı ihracat yapmış. Türk hazır giyim sektörü olarak bu açığı kapatmak istiyoruz. 6,2 milyar dolar hazır giyim ithalatı yapan Güney Kore, dünyanın en büyük beşinci ihracatçısı konumunda. Türkiye için ciddi bir potansiyel barındıran Güney Kore ile hazır giyim başta olmak üzere ticari ilişkilerde gidebileceğimiz çok uzun bir yol var ve imzalanan anlaşmayla, Güney Kore kapıları, Türk tekstilcilerine sonuna kadar açıldı."

İmzalanan mutabakat anlaşmasının iki ülke arasındaki iş görüşmeleri, ar-ge çalışmaları gibi çeşitli konular için bir lokomotif rol üstlenmesini beklediklerini de belirten

Negrin, Türk hazır giyim sektörünün 2013'ü 17 milyar dolarlık ihracat ile kapatmasını beklediklerini belirtiyor.

Japon pazarı da gelişiyor

Tekstil ve hazır giyim sektörü için bir diğer önemli pazar da Japonya. Japonya, yılda yaklaşık 420 milyar dolar değerindeki ihracatı ve 340 milyar dolar değerindeki ithalatı ile Amerika ve Almanya'dan sonra dünyanın en fazla ihracat ve ithalat yapan üçüncü ülkesi. Batılı ülkelere son derece farklı toplumsal özellikleri olan bu ülke ile başarılı bir ticari ortaklık kurmak için; önce Japonya'nın diğer ülkelere göre farklı olan özelliklerini tam olarak algılayarak, buna göre yeni ve daha farklı bir hareket tarzı geliştirmek, ticari konulardaki eyleme ise bundan sonra geçmek gerekiyor. Japonya ile ticaret yapmak isteyen firmaların, Türkiye ile Japonya arasında kültür, gelenek-görenek ve yaşam tarzı gibi tüketici tercihlerini doğrudan etkileyen derin toplumsal farklılıkların bulunduğuna dikkat etmesi gerekiyor.

Japonya ile ticaret yaparken başarılı olabilmek için Japonların tamamen farklı olan yapısal özellikleri hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olmak, daha sonra bu özelliklere dikkat ederek topluma uygun ürünleri üretip, bu ürünleri yine Japon toplumunun özelliklerine uygun şekilde pazarlamak gerekiyor.

Japon tüketicisi Avrupa ülkelerindeki tüketiciden farklı özelliklere sahip. Bu özellikler arasında en belirgin olanı alışveriş yaparken çok bilinçli tercihler yapmaları.

Japonlar için satın alacağı ürünün kalitesi ve standartları son derece önemli. Ürünün fiyatı ise daha sonra geliyor. İthal ürünleri satın alırken genelde Avrupa'da rağbet gören, kalitesini kanıtlamış markaları tercih ediyorlar.

Ayrıca, modayı da yakından takip ediyorlar. Sonuç olarak, Japonya'ya tüketicinin fazla tanımadığı bir markayı ihraç etmek oldukça zor.

Japon tüketicisinin bir diğer özelliği de ürün ambalajına son derece önem vermesi. Öyle ki; basit şekilde ve

özensizce paketlenerek halka arz edilen ürünler, içerik olarak kaliteli olsalar dahi Japon tüketicisinin dikkatini çekmiyor. Japonya'ya ihracat yapmak isteyen bir firmanın Japon halkının renk, tat ve koku zevklerinin Batı'dan son derece farklı olduğunu da hiçbir zaman unutmaması gerekiyor. Japon halkı, kendi kültürel miraslarına çok önem verdikleri gibi diğer toplumların kültürlerine de aynı bir saygı duyuyor.

Ayrıca, Japon pazarında her türlü ürünün yer aldığı düşünülecek olursa, pazara yeni sunulan ürünlerin var olan benzer ürünlerden daha farklı olduğunu vurgulayan, tüketiciye satın aldığı ürünün çok özel olduğunu hissettiren tanıtım kampanyaları yapmak, başarının anahtarlarından biri olarak gösteriliyor.

Japonya'ya iki yıldan bu yana ihracat gerçekleştiren Yeşim Tekstil'in CEO'su Şenol Şankaya, bu ülkedeki partnerlerle güvene dayalı bir bağlantı kurulması gerektiğini söylüyor. Şankaya, Japonların kendileri ile bağlantıya geçtiğini, uzun süren görüşmelerin ardından Japonya pazarına ihracat gerçekleştirmeye başladıklarını belirtiyor.

Ticari ortak gerekiyor

Gerekli araştırmaları yapıp Japonya ile ticaret yapmaya karar veren yabancı firmaların bu ülke hakkında yeterli bilgi topladıktan sonra ikinci iş olarak kendilerine bu yabancı pazarda yardımcı olacak bir ticari ortak bulmaları da bu pazarda başarılı olmanın gereklerinden biri olarak gösteriliyor. Çünkü Japon pazarına arz edilmek istenilen ürünün satış, dağıtım ve satış sonrası servis hizmetleri gibi faaliyetlerini üstlenecek, ürünlerin mümessilliğini yapacak bir firmaya ihtiyaçları var. Bu amaçla iyi donanımlı, güvenilir bir yerli firma veya bu ülkede yoğun ticari faaliyetlerde bulunan yabancı bir firma tercih edilebilir.

Japon Tekstil İthalatçıları Birliği Genel Müdürü Tsuneo Komura, Japon iş adamları için ticarete en önemli koşulun ticari partner olması planlanan şahıs ile karşılıklı güven ortamının oluşması olduğunu söylüyor. Japonların ticari ilişkilerinin sağlam temeller üzerine oturmasını ve mümkün olduğu kadar da uzun süreli olmasını istediklerine dikkat çeken Komura, "Böyle bir ortam oluşana kadar siz ve firmanız hakkında birçok konuda bilgi isteyeceklerdir.

Kimi zaman bu bilgiler gereksiz detaylar olarak algılanabilir ve hatta şahsa özel bilgiler olarak değerlendirilebilir. Fakat Japon iş adamları ile çalışmak istiyorsanız onların bu isteklerine özen göstermelisiniz. Çünkü karşılıklı güven ortamı oluşmadan Japon firmaları ile ticaret yapmanız mümkün olmayacaktır" diyor.

Farklı bakış açısı

Japon firmaları genelde Batı'daki yaygın uygulamanın aksine karşılıklı olarak imzalanan kontratların yararına inanmıyorlar ve bunu bir formalite olarak görüyorlar. İki firma arasında karşılıklı güven ortamı oluşmamış ise bir kâğıt parçasına sahip olmanın gelecekteki ticari ilişkilerinin yolunda gitmesini sağlayacağına da inanmıyorlar. Hatta Avrupa ve Amerikan firmalarının yoğun ısrarları üzerine hazırlanan her türlü detayın yer aldığı Batı tarzı uzun kontratları imzalamadan önce okumak bile onlar için sıkıcı. Japon iş adamlarına göre bir kontratın uzun ve hukuki terimler içeren bir metinden ziyade, iki firmanın birlikteliğini vurgulayan bir evlilik anlaşması şeklinde olması gerekiyor.

1990'lı yıllarda Japon Yen'inin aşırı değer kazanması ile birlikte bu ülkede yaşanan ekonomik durgunluk ve dünya genelinde her geçen gün artan yoğun rekabet koşulları, Japon firmalarını, özellikle ileri teknoloji gerektirmeyen emek yoğun üretim kollarındaki tesislerini ucuz iş gücü temin edebilecekleri Çin Halk Cumhuriyeti, Güney Kore, Tayvan veya Malezya gibi yeni gelişmekte olan yakın Asya ülkelerine kaydırmalarına neden oldu. Japonya hâlâ, ileri teknoloji gerektirmeyen, emek yoğun tüm üretim kollarında, bu ülkelerdeki ucuz iş gücünden yararlanıyor.

Japon Tekstil İthalatçıları Birliği verilerine göre, Japon piyasasında satılan tekstil ürünlerinin yaklaşık yüzde 66'sı yurt dışından ithal ediliyor. Özellikle tekstil, konfeksiyon, ayakkabı ve gıda gibi yoğun iş gücü ihtiyacı olan endüstrilerde ihracat yapmayı planlayan firmalarımızın ise Japonya yerine bu ülke ile son derece yakın ticari ilişkileri olan söz konusu Asya ülkelerinden birinde yatırım yapmalarının daha akılcı olacağı da vurgulanıyor.

Japonya'da tutunmak isteyen firmaların bu ülkenin kültürüne uygun ürünler üretmesi gerekiyor.



Japonya pazarında nasıl başarılı olunur?

- ➡ Bu ülkeye ihracat yapmak için kararlı olun.
- ➡ Geleneksel stratejiler yerine Japon pazarına uygun stratejiler geliştirin.
- ➡ Ticari ilişkileri kısa vadeli, sadece kâr amaçlı değil, karşılıklı güven ortamında ve uzun süreli olarak görün.
- ➡ Başlangıçta olabilecek muhtemel başarısızlıklardan olumsuz yönde etkilenmeyin, başarı için sabırlı olun.
- ➡ Çıkan engelleri aşmak için çalışın.



PROF. DR. ŞÜKRÜ KIZILOĞ

İşverenlere SSK'dan erken emeklilik avantajı

Normalde Bağ-Kur'lu (4/b'li) olması gereken işverenler, isterlerse SSK'lı (4/a'lı) olarak daha erken yaşta ve daha yüksek bir aylık gelirle emekli olabiliyorlar. İşte detaylar...

Emeklilik olayı, gelir seviyesi ne olursa olsun herkesi yakından ilgilendiriyor. Normalde Bağ-Kur'lu (4/b'li) olması gereken işverenler, isterlerse SSK'lı (4/a'lı) olabiliyorlar. Daha ötesi, Bağ-Kur'a göre, daha erken yaşta hatta daha yüksek bir aylık olarak emeklilik mümkün. Kadın işverenler, erkeklere kıyasla, SSK'dan biraz daha önce emekliliği hakediyorlar.

İşveren nasıl SSK'lı oluyor?

Çok basit...

İşverenler, mevcut işlerine devam ederken, kendi işyerlerinden SSK'lı olamıyorlar. Ancak yakından tanıdıkları bir başka şirkette ya da işletmede ücretli olarak çalışıyorlar. Bazıları da çalışıyor gibi gözüküyor. Diyeceksiniz ki; "Anlayamadık. Hazır şirketi veya işletmesi olan bir şahıs, düzeni iyiyken niçin başka bir yerde ücretli çalışsın veya çalışıyor gözüksün?"

Hemen açıklayalım;

Daha kısa sürede emekli olabilmek ve duruma göre daha fazla emekli aylığı alabilmek için SSK'lı (4/a'lı) oluyor! Bu uygulamadan limited şirket ortakları, anonim şirket yönetim kurulu üyeleri ya da gerçek kişi vergi mükellefleri yararlanabiliyor. SSK (4/a) sigortalısı olunca, ayrıca Bağ-Kur'a (4/b) prim de ödemiyorlar. İsteyenler her ikisine de prim ödeyip, emekli aylığı bağlanmasına esas kazanç tutarını yükseltebiliyorlar.

"Buraya kadar anladık peki ama birden bire ne oldu da işverenler SSK sigortalısı olmaya başladılar?" diye soranlar için açıklayalım. 2011 yılında 6111 Sayılı Torba Yasa ile sistemde 'ince bir ayar' yapıldı. Daha önce hem Bağ-Kur hem de

SSK sigortalısı olanlarda, çok özel bazı durumlar dışında Bağ-Kur sigortalılığı esas alınıyordu.

Torba Yasa bunu tersine çevirdi.

1 Mart 2011'den itibaren, SSK sigortalılığı Bağ-Kur'un önüne geçti. Yani SSK sigortalılığı esas alınacak. Bağ-Kur yerine SSK'dan emekli olanlar hem daha az gün sayısı ile emekli olabiliyor hem de duruma göre daha fazla aylık alabiliyorlar. Başka bir anlatımla, bir taşla iki kuş vurabiliyor.

Çarpıcı bir örnek

Bağ-Kur'dan emekli olabilmek için 9 bin gün prim ödemek gerekiyor. Bu da kesintisiz 25 tam yıl prim ödenmiş olması anlamına geliyor. SSK'da ise durum farklı. Örneğin sigorta başlangıç tarihi 23 Mayıs 1979 veya daha öncesi olan bir kişi, aralarda zaman zaman çalışmasa dahi bugün itibarıyla 44 yaşını doldurmuş ve 5 bin gün prim ödemişse, SSK'dan emekli olabiliyor. 23 Mayıs 1988'e kadar sigorta başlangıcı olanlar da 45-50 yaş arasında ve 5 bin-5 bin 375 gün prim ödemişlerse emekli olabiliyorlar. 1 Ekim 2008'den önce Bağ-Kur sigortalısı olan bir işveren, Torba Yasa'nın getirdiği haktan yararlanarak 1 Mart 2011'den sonra SSK sigortalısı olduğunda, son 7 yılda en fazla hizmeti hangisinde ise oradan emekli olacak. Buna göre, son 7 yılda SSK'ya en az bin 260 gün (3.5 yıl) ve daha fazla prim ödeyenler SSK'dan emekli olacaklar.

İşte bu nedenle, işverenler Bağ-Kur sigortalılıkları devam ederken işlerini terk etmeden, SSK sigortalısı oluyorlar ve 9 bin gün prim ödemedi emekli olabiliyorlar.

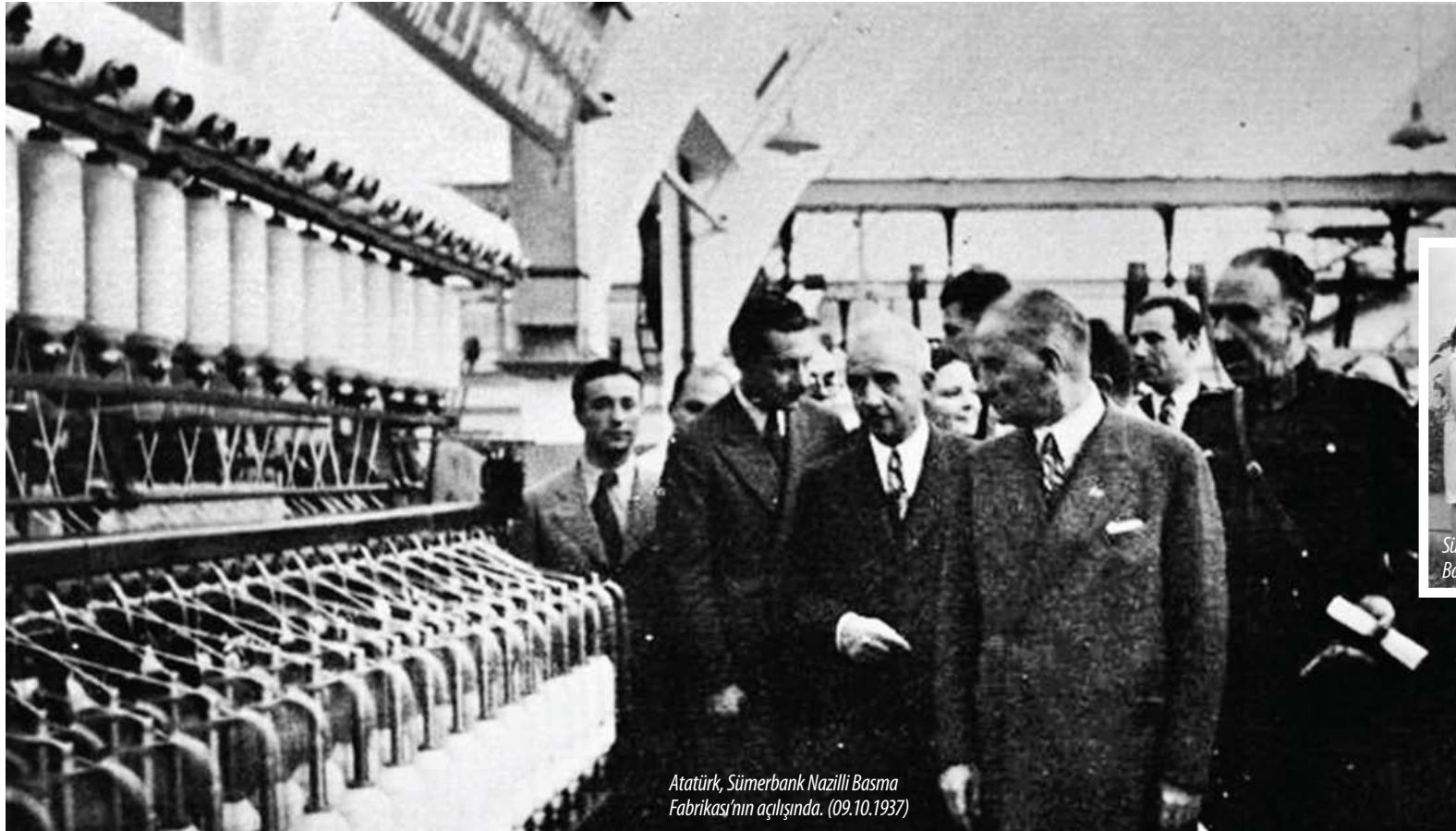
İşverenler, mevcut işlerine devam ederken, kendi işyerlerinden SSK'lı olamıyorlar. Ancak başka bir şirkette ya da işletmede ücretli çalışabiliyorlar.

Kadın işverenler için SSK'dan emeklilik tablosu

Sigortalılık başlangıcı	Sigortalılık süresi (yıl)	Yaş haddi	Prim gün sayısı
08.09.1981 tarihinden önce olanlar	20	Yok	5000
09.09.1981-23.05.1984 tarihleri arası	20	40	5000
24.05.1984-23.05.1985 tarihleri arası	20	41	5000
25.05.1985-23.05.1986 tarihleri arası	20	42	5075
25.05.1986-23.05.1987 tarihleri arası	20	43	5150
25.05.1987-23.05.1988 tarihleri arası	20	44	5225
25.05.1988-23.05.1989 tarihleri arası	20	45	5300
25.05.1989-23.05.1990 tarihleri arası	20	46	5375
25.05.1990-23.05.1991 tarihleri arası	20	47	5450
25.05.1991-23.05.1992 tarihleri arası	20	48	5525
25.05.1992-23.05.1993 tarihleri arası	20	49	5600
25.05.1993-23.05.1994 tarihleri arası	20	50	5675
25.05.1994-23.05.1995 tarihleri arası	20	51	5750
25.05.1995-23.05.1996 tarihleri arası	20	52	5825
25.05.1996-23.05.1997 tarihleri arası	20	53	5900
25.05.1997-23.05.1998 tarihleri arası	20	54	5975
25.05.1998-23.05.1999 tarihleri arası	20	55	5975
25.05.1999-08.09.1999 tarihleri arası	20	56	5975
09.09.1999'dan sonra	---	58	7000

Erkek işverenler için SSK'dan emeklilik tablosu

Sigortalılık başlangıcı	Sigortalılık süresi (yıl)	Yaş haddi	Prim gün sayısı
08.09.1976 tarihinden önce olanlar	25	Yok	5000
09.09.1976-23.05.1979 tarihleri arası	25	44	5000
24.05.1979-23.11.1980 tarihleri arası	25	45	5000
24.11.1980-23.05.1982 tarihleri arası	25	46	5075
24.05.1982-23.11.1983 tarihleri arası	25	47	5150
24.11.1983-23.05.1985 tarihleri arası	25	48	5225
24.05.1985-23.11.1986 tarihleri arası	25	49	5300
24.11.1986-23.05.1988 tarihleri arası	25	50	5375
24.05.1988-23.11.1989 tarihleri arası	25	51	5450
24.11.1989-23.05.1991 tarihleri arası	25	52	5525
24.05.1991-23.11.1992 tarihleri arası	25	53	5600
24.11.1992-23.05.1994 tarihleri arası	25	54	5675
24.05.1994-23.11.1995 tarihleri arası	25	55	5750
24.11.1995-23.05.1997 tarihleri arası	25	56	5825
24.05.1997-23.11.1998 tarihleri arası	25	57	5900
24.11.1998-08.09.1999 tarihleri arası	25	58	5975
09.09.1999'dan sonra	---	60	7000



Atatürk, Sümerbank Nazilli Basma Fabrikası'nın açılışında. (09.10.1937)

Sümerbank'ı anlamak!

Atatürk, Sümerbank'ı neden kurdurdu? Hedefi neydi? Türk ekonomisinin en önemli ayağını oluştururken, neden özelleştirildi? Atatürk'ün 75'inci ölüm yıldönümünde, kuruluşunun üzerinden 80 yıl geçen Sümerbank'ı hatırlamakta, dünyanın ilk örneğini oluşturan işletmeyi anlamaya çalışmakta fayda var.



*Sümerbank Nazilli Tekstil
Fabrikası çalışanları*

Avrupa Yakası dizisindeki 'Gaffur' karakterini hatırlıyor musunuz? Hani Peker Açıklalın'ın canlandırdığı; üzerinden çizgili pijamasını hiç çıkarmayan kapıcının oğlu... Sümerbank ile ne ilgisi mi var? O çizgili pijamaları, bir zamanlar, Türkiye'nin ilk kamu şirketi olan Sümerbank üretilip, satıyordu.

Özellikle çocukluğu Anadolu'da geçen, düşük ve orta gelirli, Sümerbank'ı daha iyi hatırlıyorlar. Çünkü okul kıyafetlerinden, yazlık ya da kışlık ihtiyaçlara birçok şey Sümerbank'ın 'Yerli Mallar Pazarı' şubelerinden alınırdı.

Üretim yapılması için gereken tesisler-makinalar, fabrikalar, üretilen bu malların satılması için sergileneceği mağazalar ile üretimi sağlayacak ve gelen nakdi değerlendirecek bir banka sistemi... “Üçlü sistem” denilen ve dünyada bu anlamda ilk örnek olan Sümerbank, bir ülkenin kalkınması için gereken mükemmel bir yapıydı.

Kuruluşunun üzerinden 80 yıl geçti.
Sekiz yıl önce, 1995 yılında ise özelleştirildi.
Cumhuriyet ekonomisine büyük katkılar
sağlayan Sümerbank'ın hikâyesini,
Atatürk'ün vefatının 75'inci yıldönümünde



Sümerbank Nazilli Tekstil
Kombinası'nın önü. (9 Ekim 1937)



Nazil



Sümerbank
Basma Balosu



*Sümerbank Nazilli Tekstil Kombinası'nın açılışında,
işçiler geçit törenine katılırken... (9 Ekim 1937)*



Atatürk, Ankara'da
Sümerbank'ın açılışında.

2/2/1965
Bunda
Dinner Bank Masinao Fakisasi,
P.O. Kigmette bu car clark melli
sinau arpa gaktar. Bu car yandim
Naisirile, Polgerima anduata subigat
na bu buigat melli ibat yatin gidaul
masina. yandim duktur. bawon
bayas masina b k k na masina
gini labok edim. Dinner Bank
duktur bawon buigat bu fakis
gi gandinu gini yaktur buig
tam danganu idare, dukturane
bayas bawon masina.

B. H. H. H.



Sümerbank fabrikasının açılışı.

yeniden hatırlamakta fayda var. Belki de her 10 Kasım'da, Atatürk'ün yaptıklarına bakıp, ders çıkarmalıyız.

Adını tarihten alıyor

Şirkete, 11 Temmuz 1933 tarihinde Atatürk tarafından Sümerbank ismi verildi. Atatürk'ün okuduğu dış kaynaklı tarih kitaplarında, Sümer dilinin Türkçe'ye benzediği, Sümerlerin 6 bin yıl önce Asya'dan gelip Dicle ve Fırat nehirleri arasına yerleştiği yazıyordu. Atatürk, Türklerin atası olarak düşündüğü bu uygarlıktan çok etkilenmişti.

Uygarlığın temeli olan tekerleğin icadından bilinen ilkokullara, çivi yazısını keşfe, ilk kanun kitabının yazılmasına, ilk vergi kanununa ve 30'ar günlük aylardan oluşan ilk takvimi yapmaya kadar uygarlık alanında pek çok ilki başaran, tekstil ve el sanatlarında çok gelişen Sümerler, günümüzdeki bankacılığa benzeyen ilk ekonomik kuruluşu da kurmuştu. İşte Atatürk, büyük olasılıkla bu nedenlerden dolayı, kendisinin ilk ekonomik devriminin mihenk taşı olan bu büyük



Sümerbank Nazilli Tekstil Fabrikası çalışanları.



Bursa Sümerbank Mağazası... Zam gelecek söylentileri nedeniyle alışveriş yapanlar.



Sümerbank'ın reklam kampanyası.

11 Temmuz 1933 yılında 'Sanayide Devlet' sloganı ile kurulan Sümerbank projesi büyük bir özveri ile hayata geçirildiğinde, Osmanlı'dan kalma sadece dört fabrika bulunuyordu.

kuruluşa, Sümerbank adını verdi.

Sümerbank, genç Türkiye Cumhuriyeti'nin sanayileşmesini sağlamak, temel sanayi dallarında kurumlar oluşturmak, Türk ulusunun gereksinimlerini karşılamak, ülkenin her bölgesinde yöre insanına iş, aş ve görgü götürmek üzere 'Sanayide Devlet' sloganı ile kuruldu. Şirket kurulduğunda Osmanlı'dan kalma sadece dört fabrika bulunuyordu; Bakırköy Pamuklu Dokuma Fabrikası, Feshane Yünlü Dokuma Fabrikası, Hereke İpekli ve Yünlü Dokuma Fabrikası ile Beykoz Deri ve Kundura Fabrikası.

Osmanlı'nın küçük mirası!

Devralınan bu dört fabrikanın ardından, tekstil, deri, boya, kimya, halı, porselen, demir-çelik, selüloz-kâğıt ve çimento fabrikaları da Sümerbank tarafından kuruldu. Kısa sürede 58 büyük ölçekli işletme, 500'ü aşkın mağaza (Yerli Mallar Pazarı), 49 şubeli bankası ile Türkiye'de özel kesimin gerek sermaye, gerekse teknik bilgi ve beceriden yoksun olduğu dönemlerde devletin tüm yükünü omuzladı.

Türkiye'de ilk ar-ge birimi yine Sümerbank tarafından kuruldu. Böylece 1933'ten itibaren yapılan yatırımlarla ülkemizde istihdam sorununa önemli ölçüde çözüm getiren Sümerbank, kuruluşunda sadece toplam 5 bin memur ve işçi istihdam ederken 1990'lı yıllara gelindiğinde, modern



işletmelerinde 5 bine yakın memur ve 36 binin üzerinde işçi çalıştırıyordu. Böylece özelleştirme kapsamına alınıncaya kadar toplam 41 bin kişilik bir işgücüne sahip oldu.

Sümerbank, kuruluşundan 2001 yılına kadar; başta Türk Silahlı Kuvvetleri ve Emniyet Genel Müdürlüğü'nün eğitim elbisesi, iç çamaşırı, postal, çadır, paraşüt, çarşaf, battaniye, havlu vb. tüm ihtiyaçlarını karşıladığı gibi, Azerbaycan, Ürdün, Arnavutluk, Bosna Hersek gibi ülkelerin ordu ve polis teşkilatlarının ihtiyaçlarını da ihraç etti.

Sümerbank'la birlikte Türkiye ekonomisinin bu günkü şeklini almasında etkili olan 'Karma Ekonomik Model' uygulanmaya başlandı.



1980'li yıllarla birlikte liberal ekonominin uygulanmaya başlamasıyla ve dünyada gelişmiş devletlerin yalnızca sağlık, eğitim, adalet ve güvenlik gibi temel hizmetlerde yer alması, diğer alanlardan çekilerek görevini özel sektöre devretmesi düşüncesiyle gelişen özelleştirme sürecinden Türkiye de etkilendi.

28 Mayıs 1986 tarih ve '3291 sayılı Kamu İktisadi Teşebbüslerinin Özelleştirilmesi Hakkında Kanun' çerçevesinde; 11 Eylül 1987 tarih, 12184 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile Sümerbank'ın özelleştirilmesine karar verildi. Özelleştirme sürecinde şirket yeniden yapılandırılarak, bankacılık birimi ayrıldı, sanayi sektöründe faaliyetlerine devam eden bölümü Sümer Holding A.Ş. adını aldı. Özelleştirme sürecinde Türkiye Yapağı ve Tiftik A.Ş., Erhaz, Sihaz, Tümosan, Turban, Türkiye Zirai Donatım Kurumu gibi pek çok kuruluşu bünyesinde eriten Sümerbank; TUPRAŞ, Erdemir, Telekom gibi özelleştirmeler hariç, Türkiye'nin 8 milyar dolar civarında olan



Sümerbank Bahçeşehir Binası



Sümerbank Balıkesir Binası



toplam özelleştirme gelirinin 881 milyon dolarlık (yaklaşık yüzde 11'lik) bölümünü kendi bünyesinde, yine kendi varlıklarını özelleştirerek yaptı.

Özelleştirme kararının ardından Kamu Ortaklığı İdaresi'ne devredilerek 1988'de Sümerbank Holding kuruldu. Holdingin bankacılık birimi 1993'de Yüksek Planlama Kurulu kararıyla Sümerbank adı altında yeniden yapılandırıldı. 24

Türkiye'de ilk Ar-Ge birimi, Sümerbank tarafından kuruldu. 1933 yılında yapılan bu yatırımla Sümerbank, Türkiye'nin istihdamına çok önemli bir katkıda bulunmuş oldu.

Ekim 1995'te Garipoğlu şirketler grubuna 103.4 milyon dolara satılarak özelleştirildi. Hayyam Garipoğlu'nun Malki cinayeti ve Türkbank skandalına adının karışması, Sümerbank'ın elinden alınmasına neden oldu. Sümerbank 21 Aralık 1999'da TMSF'ye devredildi. Ardından 9 Ağustos 2001 tarihinde Oyak Grubu'na satıldı. Oyakbank A.Ş.'ye satılışı 11 Ocak 2002 tarihinde tescil edildi.

Çalışma hayatını konuştuk

19-20 Eylül 2013 tarihleri arasında Kayseri Erciyes Üniversitesi'nde sendikamız, Erciyes Üniversitesi ve İnönü Üniversitesi işbirliğiyle 'Türk-Alman Uluslararası İş Hukuku Sempozyumu-V, İş Güvencesi Hukukunda Güncel Gelişmeler' konulu sempozyum düzenlendi. Sempozyuma Yargıtay üyeleri, akademisyenler, avukatlar, sanayiciler ve öğrenciler katıldı.



Erciyes Üniversitesi (ERÜ) Süleyman Çetinsaya İletişim Fakültesi Konferans Salonu'ndaki toplantının açılış konuşmasını, ERÜ Hukuk Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Murat Doğan ve Almanya'nın München Üniversitesi Hukuk Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Abbo Junker yaptı.

Açılış konuşmalarının ardından Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi İş Hukuku Ana Bilim Dalı Öğretim Üyesi Prof. Dr. Talat Canbolat, 'Türk Hukukunda İş Güvencesi' konulu sunum gerçekleştirdi. Almanya Federal İş Mahkemesi Daire Başkanı Dr. Mario Eylert ve üye Christoph Scmitz-Scholemann ile Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Hukuk Fakültesi İş Hukuku Ana Bilim Dalı Öğretim Üyesi Doç. Dr. Ali Cengiz Köseoğlu ve çok sayıda avukatın katıldığı sempozyuma ilgi büyüktü. 'Avrupa hukukunda fesih kuralları' konusunda bir sunum yapan Prof. Dr. Abbo Junker, fesih kısa bir tanımını yaptıktan sonra örneklerle süslediği konuşmasında, şu bilgilere yer verdi:

"İş ilişkisinin feshine yönelik Avrupa'da geçerli kurallar bir yandan Avrupa Konseyi

hukukundan, diğer yandan da Avrupa Birliği hukukundan kaynaklanıyor. Avrupa Konseyi tarafından düzenlenen Avrupa Sosyal Şartı, tüm işgörenlerin makul bir fesih süresi hakkını ve yine hamile kadınların ve annelerin gebelik izninden sonra özel olarak fesihten korunma haklarını garanti ediyor. Sosyal şart içinde öngörülen koruma koşulları hukuk politikası açısından kabul edilebilir görünmediği için, Almanya ve Türkiye bu iki kuralı bağlayıcı olarak tanımıyor."

Christoph Schmitz-Scholemann'ın sunumunun başlığını ise 'Alman fesih hukukunda işletme gereğine bağlı fesih- Bir genel bakış' oluştuyordu. Şu tespitlerde bulundu: "İnsanın işini kaybetmesi neredeyse her zaman ekonomik ve sosyal bir kayıp. Bu kayıp, sıklıkla varoluşsal bir öneme de sahip. Çeşitli uluslararası insan hakları bildirileri, işgörenleri, işlerini kaybetmelerine karşı koruyan yasal kuralların olması gerektiği konusunda uzlaşıyor. Fakat bu kuralların çalışanın işini kaybetmesinden kaynaklanan sonuçları yumuşatması mümkün değil. Bu türden bir koruma yalnızca bireysel bir menfaat bağlamında

ortaya konmamış, aynı zamanda çalışan ve iş bölümüne dayalı bir ekonominin ön koşulu olan sosyal istikrarı da sağlama amacını güdüyor. Fakat sonuçta bu korumanın, tek başına istihdam sahaları yaratan ve bunları koruyan ekonomik dinamizmi boğmayacak biçimde organize edilmesi gerekiyor."

Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Hukuk Fakültesi İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku ABD Öğretim Üyesi Prof. Dr. M. Fatih Uşan, 'Türk hukukunda belirli süreli iş sözleşmeleri' konulu bir konuşma yaptı. Özetle şunları söyledi: "Belirli-belirsiz süreli iş sözleşmeleri arasında şu farklılıklar göze çarpar. Belirsiz süreli iş sözleşmeleri kural olarak herhangi bir şekle tabi değildirler. Ancak, belirli süreli ve süresi bir yılı aşan (belirli) sözleşmeler yazılı yapılmalıdır. Sonra, belirli süreli iş sözleşmelerinin süresinin dolması sözleşmeyi kendiliğinden sona erdirir ve işçi kıdem tazminatı alamaz. Oysa diğer şartlar varsa işçi belirsiz süreli iş sözleşmesi ile çalışırken kıdem tazminatı alabilir. Nihayet, bildirimli fesih ancak belirsiz süreli iş sözleşmelerinde söz konusu. Belirli süreli iş sözleşmelerinde bildirimli fesih yapılamaz. Bunun sonucudur ki, iş güvencesinden yararlanabilmek için çalışma ilişkisinin belirsiz süreli olması gerekli."

İş güvencesinde dürüstlük!

'Türk hukukunda iş güvencesinin kapsamı' başlıklı sunum yapan Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Doç. Dr. Talat Canbolat, özellikle işverenlere yönelik önemli uyarılarda bulundu: "(...) Gerek iş güvencesinin kapsamına ilişkin kanun hükümlerinin, gerekse feshin, işverence yapılmış olmasının dürüstlük kuralına uygun kullanılmış olması gerekiyor. Kanunun iş güvencesine ilişkin hükümlerinin, iş güvencesinin kapsamı dışında kalmak için işverence kullanıldığı durumlarda, olayın özelliğine göre, hakkın kötüye kullanılması veya kanuna karşı hile hükümleri uygulanarak, geçersiz sayılarak, iş güvencesine ilişkin hükümler uygulanıyor. Örneğin işverenin işyerinde 30 işçiden fazla çalışılıyor olmasına rağmen işyerini bölerek bir kısım işçilerin başka işkolundaki işyerinde çalışıyor olarak gösterdiği, işçinin fiilen yetkilendirilmemiş olmasına rağmen iş güvencesinin kapsamı dışındaki işveren vekili gibi gösterildiği, sözleşmenin işverence feshedilmiş olmasına rağmen işçi tarafından feshedilmiş ya da karşılıklı anlaşmayla sona

erdirilmiş gibi gösterildiği durumlarda iş güvencesine ilişkin hükümler uygulanıyor."

'Kişiye veya çalışanın davranışına dayalı fesihler' konusunda konuşan Federal İş Mahkemesi Başkanı Hâkimi Dr. Mario Eylert, detaylı sunumunda, özellikle Doğu Almanya ile Batı Almanya'nın birleşme ve bu noktada oluşan sorunları anlattı. Almanya'da bugünkü uygulamaları örneklerle süsledi.

Değişiklik feshine ilişkin bir konuşma yapan, Passau Üniversitesi Hukuk Fakültesi İş Hukuku Öğretim Üyesi Prof. Dr. Dr. h. c. Wolfgang Hromadka, konuya ilişkin şu uyarılarda bulundu: "İşveren diğer çalışma şartlarına yönelik performans belirleme haklarını kendisine saklı tutmak istiyorsa, bunun üzerinde anlaşmaya varmalıdır. Anlaşmaya varma yetkisinin sınırları sorunludur. Federal Çalışma Mahkemesi,



Sempozyumun sonunda, katılımcılara plaket verildi.

genel çalışma şartlarında ücretler ile çalışma sürelerini yüzde 20 kısaltma konusunda anlaşmaları haklı bulmuştur. Anlaşmalar eksik veya yetersiz olduğu durumlarda ancak iş sözleşmesinin değişikliği yeterli olur. Bu değişiklik feshin alanıdır." Mannheim Üniversitesi Şirketler Hukuku Enstitüsü öğretim üyesi Prof. Dr. Frank Maschmann ise, 'İstisna sözleşmeleri: Yaygınlaşması ve biçimleri' konusunda, slaytlar eşliğinde personel istihdamı ve istihdam giderlerine ilişkin detaylı bilgiler aktardı. Özetle şu bilgileri aktardı: "Almanya'da işçilere yüksek ücret verildiği için, işverenler, daha ucuza geldiği için yabancı personel çalıştırıyorlar. (...) Bu durumda, yabancı personel, o işyerinin kadrolu işçilerinin işini daha ucuza yaptığı için problemler yaşıyor. (...) Örneğin BMW'de yabancı personel işi 20 euro yerine 9 euro'ya yapıyor. Hatta 5 euro'ya kadar inebiliyorlar."



SASA Genel Müdürü
Toker Özcan

2023 HEDEFİ, 330 MİLYON DOLAR

Avrupa'nın alanında lider markalarından SASA, kurulduğu yıldan bu yana mükemmeliyetçi anlayışı ile 72 kat büyümeye gerçekleştirdi. Şirketin yılsonu ihracat öngörüsü 220 milyon dolar. 10 yıl sonrası için belirlenen hedef 330 milyon dolar.

Temelleri 47 yıl önce, 1966 senesinde temeli merhum Özdemir Sabancı tarafından atıldı. Ürettiği polyester elyaf, filament, polyester bazlı polimerler, ara ürünler ve özellikli ürünler konusunda Avrupa'nın önde gelen üreticisi haline gelen SASA, kısa zamanda elde ettiği başarılarla dikkat çekiyor. Peki, SASA'nın bu başarısının sırrı ne? Gelecek planları arasında neler var? Tüm bu soruları SASA Genel Müdürü Toker Özcan yanıtladı. **SASA 1966 yılında kuruldu. Kurulduğu günden bu yana kilometre taşlarınızı, yani en önemli atılım ve başarılarınızı kısaca anlatır mısınız?**

piyasa koşullarından güç alan değerleriyle dünyanın dört bir yanına ulaşabiliyor. Polyester sektöründe, kuruluşundan bu yana, aralıksız yatırımlarıyla, hızlı büyümeye sürecini ve sektöründeki öncülüğünü sürdürüyor.

ICI ve DUPONT teknolojileri Polyester elyaf, filament, polyester bazlı polimerler, ara ürünler ve özellikli ürünler konusunda dünyanın önde gelen üreticisisiniz. Bu başarının arkasındaki temel özellikler nedir?

Bu başarımızın arkasında rahmetli Özdemir Sabancı'nın ileriye gören vizyonu



“SASA'nın tüm birimleri, Özdemir Sabancı'nın tam 30 yıl boyunca 'şefliğini' yaptığı, tıpkı bir orkestrada olduğu gibi, ahenk içinde ve özveriyle çalışarak, yeni başarıların kapılarını araladı.”

Sabancı Grubu'na bağlı bir şirket olarak Adana'da faaliyet gösteren SASA Polyester Sanayi A.Ş., polyester elyaf, filament, polyester bazlı polimerler, ara ürünler ve özellikli ürünler konusunda Avrupa'nın önde gelen üreticisi. Özdemir Sabancı liderliğinde ve onun 'mükemmeliyetçi' yaklaşımıyla 30 yılda 72 kat büyüdü, güçlendi.

SASA'nın tüm birimleri, tıpkı bir orkestrada olduğu gibi ahenk içinde ve özveriyle çalışarak, her yeni gün, yeni başarıların kapılarını araladı. Özdemir Sabancı'nın tam 30 yıl boyunca 'şefliğini' yaptığı bu orkestra, Adana'dan çıkarak konusunda Avrupa'nın lideri oldu. Ve bugün, SASA bin 200'ü aşkın nitelikli çalışanı ile 50'nci yılına yaklaşırken, çevre, sağlık ve emniyet konularında örnek, yenilikçi, müşteri odaklı, rekabetçi, sorumluluk sahibi ve saygın, sonuç odaklı, bilgi-yoğun, dinamik, güvenilir ve

ve şirketimizi konumlandırması var. Şirketimizin vazgeçemediği prensipler, geleceğimizi şekillendirmeye devam ediyor. Bunlar; hız, insanı odağına alan organizasyonel yapılar, her faaliyet alanımızda paydalarınızda değer yaratma, öncü ve örnek olma. Bu çerçevede müşterilerimizin ihtiyaçlarını karşılayacak ve onlara değer katacak ürünleri yine müşterilerimizle iş birliği içinde geliştiriyor, şirketimizin sahip olduğu ve dünyada sayılı şirketin elinde bulunan polimerizasyon teknolojisini, yetiştirilmiş ve konusunda uzman çalışanlarımız ile müşterilerimize sunuyoruz.

Sizi dünyadaki rakiplerinizden ayıran nedir?

ICI, DUPONT başta olmak üzere, polyester teknolojilerinin tamamına sahibiz. Bu kadar çeşitli teknoloji birikimine sahip bir rakibimiz yok. Polyester üretim teknolojisinde geçmiş 50 yılın birikimine

İlklerin şirketi

- Türkiye'nin ilk petrokimya tesisi
- Türkiye'nin ilk pet şişe, biberon, pet resin, renkli elyaf üreticisi
- Avrupa'nın ilk pet şişe geri dönüşüm tesisi
- Dünyanın ilk direkt pet şişe dönüşüm patenti
- Türkiye'de ilk 6 sigma metodolojisini kullanan firma
- Türkiye'de ilk fitalatsız plastikleştiricisi üreticisi
- Dünya'da ilk yüzde 100 polyester yer döşeme üreticisi
- Türkiye'de ilk biyolojik olarak bozulan polyester ambalaj hammadde üreticisi

SASA, 2002 yılında kurulan araştırma geliştirme merkezi ile güçlü bir teknik altyapıya sahip.



ek olarak donanımlı, tecrübeli ve dinamik insan kaynağımız ile müşterilerimizin ihtiyaçlarına yönelik inovatif çözümler sunuyoruz. Yaratığımız SASA marka algısı, kalitemiz, müşterilerimize sunduğumuz teknik destek ve coğrafi konumumuz, dünyadaki rakiplerimize göre uluslararası ilişkilerimize hız kazandırıyor.

Hedef büyük

İthalat-ihracat olarak hangi ülkeler ile çalışıyorsunuz? Ne kadarlık ihracat yapıyorsunuz? 2013 hedefiniz nedir?

Almanya, İtalya, İspanya, Romanya, Portekiz, Amerika'ya kadar uzanan farklı bölgelerden müşterilerimiz mevcut, büyük bir coğrafyaya ihracat gerçekleştiriyoruz. 2013 yılı için gerçekleşen ihracatımız 95 bin ton, 182 milyon dolar seviyesinde. Yıl sonu ihracat hedefimiz ise; 115 bin ton, 220 milyon dolar.

2023 için bir ihracat hedefiniz var mı?
330 milyon dolar.

Teknoloji şüphesiz olmazsa olmazınız. Teknolojik gelişmelerin üretimimize sağladığı faydalardan bahsedebilir misiniz?

Bizim öncelik verdiğimiz konu, müşterilerimizin ihtiyaçlarını

“Teknolojiyi müşterilerimiz için yeni değer katacak ve uygun maliyetle ürünler üretmek için kullanıyoruz. Ayrıca sürdürülebilirlik çalışmalarımız kapsamındaki ‘sıfır atık’ hedefimiz için de teknoloji büyük önem taşıyor.”

rakiplerimizden farklılaşarak çözmeye çalışmak. Teknolojiyi de müşterilerimiz için yeni değer katacak ve uygun maliyetle ürünler üretmek için kullanıyoruz. Ayrıca sürdürülebilirlik çalışmalarımız kapsamındaki ‘sıfır atık’ hedefimiz için de teknoloji büyük önem taşıyor. Büyük değişim trendlerini okumak, ürün ve hizmetlerimize yansıtmak konusunda teknolojiye de değişimlerden faydalıyoruz. Teknolojik değişimler aynı zamanda müşteri taleplerinin de ana değişim motivasyonu ve bu nedenle ürünlerimizin güncellenmesi için en büyük kaynağımız.

Öncelik; çalışan

Çalışanlarınızın memnuniyetini nasıl sağlıyorsunuz?

Kâr amaçlı kurumlarda rakipleriniz ile aranızda fark yaratan en büyük ve değerli kaynak, insandır. SASA ailesine dâhil olabilmek, doğal bir ayrıcalık sunuyor ve bu ayrıcalık işimizi oldukça kolaylaştırıyor.

İnsan kaynağının en verimli ve etkin kullanılabilmesi için tüm çalışanlarımızın öncelikle SASA'nın geleceğini şekillendirmesinde seslerini duyuracakları platformlara erişimi var. Şirketimizdeki her ses dikkatle dinleniyor, kayda alınıyor ve mutlaka yankı buluyor. Her çalışanımıza mesleki ve meslek dışı eğitimler konusunda ciddi yatırımlar yapılıyor. Kuşaklar arası yönetim stilleri, ihtiyaçlar yıllık bazda analiz edilip geri bildirimler ile gelişim alanları analiz ediliyor. Yönetim anlayışı olarak, insanların motivasyonundan daha çok demotivasyon kaynaklarının ortadan kaldırılması ile ilgileniyoruz ve aile bireylerinin en etkin çalışacakları çevrelerin yaratılması için çaba sarf ediyoruz.

Beyaz ve mavi yaka birlikte

SASA'nın SHE; iş güvenliği (safety), işçi sağlığı (health) ve çevre (environment) uygulamalarında dünya standartlarına erişimde ne tür uygulamaları var?

Kimya tesisleri, tehlikeli maddeleri içinde bulunduruyor. O nedenle bu tür işletmelerde ölüme, iş günü ve mal kaybına yol açabilecek ciddi yangın, patlama veya zehirli saçılmayı önlemek için; 'proses



'Sıfır kaza' hedefi ile her çalışana emniyet ve sağlık eğitimi veriliyor.

Heryıl cironun
yüzde 1.5'i Ar-Ge
çalışmalarına ayrılıyor.



tehlikelerini belirlemeye, anlamaya ve kontrol etmeye yönelik sistemlerin uygulanması' gerekiyor. Biz SASA'da bu sistemlerden en kapsamlısı ve etkili olan PSRM'i (Process Safety Risk Management) uyguluyoruz. Bu sistem doğrultusunda; teknoloji, tesis ve insana odaklanarak, işletme çalışanları ve fabrika dışındaki

"Ar-ge ile ortalama 48 ay olan ürünün fikir aşamasından başlayıp ticarileşme süresini altı aya indirdik. Bu yıl yüzde 100 geri dönüşümü mümkün halı ve damacanaya, toprağa gübre olarak karışabilen market poşetine kadar çok farklı yeni ürünleri piyasaya sunmayı planlıyoruz."

toplumu etkileyebilecek veya önemli ölçüde mal ve iş kaybına sebep olabilecek ciddi proses kaynaklı kazaların önlenmesine yönelik ciddi ve kapsamlı çalışmalar yapıyoruz

Ayrıca beyaz ve mavi yaka tüm çalışanlarımızın bir arada faaliyet gösterdiği platformlarımız var. Elektrik ve mekanik emniyeti uygulamalarını yöneten 'iş emniyeti komitesi', kimyasalların

kontrolü, hijyen ve hava kalitesi, lejyonella, ergonomi uygulamalarını yöneten 'meslekte sağlık komitesi', çevre ile ilgili uygulamaları yöneten 'çevre komitesi', trafik ve lojistik uygulamalarını yöneten 'lojistik ve trafik komitesi' bu platformlardan birkaçı. Komitelerle çalışma dolayısıyla uygulamaların yönetimini çalışanların kendilerine verme, SHE uygulamalarının içselleştirilmesi yani zorunluluktan değil de inanarak ve isteyerek yapılmasını sağlaması açısından çok önem verdiğimiz bir konu. Aynı etkiyi saha denetimlerinde de elde ediyoruz, zira söz konusu denetimler 'yıllık planlı audit çizelgesi' doğrultusunda yine çalışanlarımız tarafından yapılıyor.

Yeni ürünler yolda

Yüzde 49'luk bir pay ile halka açılım gerçekleştirdiniz. Bunun büyümenizde bir faydası oldu mu? Halka arzdan gelen geliri nasıl değerlendirdiniz?

Halka açılma, şirketimize doğrudan ilave bir fon yaratmamış, sadece bir hisse devri olarak gerçekleşmiştir. Şirketimizin sermaye devri olarak halka açılması, zaten var olan kurumsal yönetimi, şeklini çok ciddi ve şeffaf bir ortamda alarak gücünü pekiştirmiştir. Halka açılma ile birlikte daha şeffaf, güvenilir ve kurumsal ilkelerle yönetildiğini kamuoyunun gözü önüne sunduk.

Ar-ge bölümünüzün geliştirmeye çalıştığı yeni ürünler var mı? Varsa bunların özellikleri neler?

Ar-Ge tanımının doğru anlaşılmasına

ve doğru yorumlanarak değer yaratacak şekilde yeniden konumlandırılmasına ihtiyaç var; aksi takdirde Türkiye'nin büyüme modelinde Ar-ge'ye ayrılan değerli kaynakların yeterince verimli kullanılması zor. Şirketlerin, şehirlerin, ülkelerin büyüme stratejileri mevcut güçlü ve yetkin yanları esas alınarak oluşturulmalı. Bizim bakış açımızla bu da ar-ge yerine inovasyonla mümkün. Biz de SASA olarak bu anlayışla

SASA'nın Türkiye Üretim
Tesisleri Adana'da bulunuyor.



"Yeni hedeflerimiz ürün maliyetlerini iyileştirmeye yönelik projelere devam etmekle birlikte esas olarak satış, pazarlama ve tedarik zinciri süreçlerine yoğunlaşmak."

bir üretim modeli oluşturuyoruz. Ar-ge ile ortalama 48 ay olan ürünün fikir aşamasından başlayıp ticarileşme süresini inovasyonla altı aya indirdik. Bu yıl yüzde 100 geri dönüşümü mümkün halı (modylene) ve damacanaya (i-cube), toprağa gübre olarak karışabilen market poşetine (advanite natura) kadar çok farklı yeni ürünleri piyasaya sunmayı planlıyoruz.

İhracata teşvik

İthal hammadde kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız bu konuda sıkıntılarınız var mı?

Evet kullanıyoruz; şu ana kadar herhangi bir sıkıntı yaşamadık.

Kendi üretim alanınızda yaptığınız ihracatı daha da artırmak için yetkili kurumlardan yasal düzenlemeler vb. konularda beklentileriniz var mı?

Rekabetçi bir fiyatlandırma ve hizmet sunabilmek için beklentilerimiz; hammadde maliyetlerinin rekabet seviyelerine indirilebilmesini sağlamaya yönelik farklı sübvansiyon metodolojilerinin geliştirilmesi, ihracat teşviklerinin artırılması. Aynı zamanda yurt içi/dışı fuar, konferans desteklerinin münferiden yapılan ihracat müşterisi ziyaret veya farklı ticari etkinlikler seviyesinde genişletilmesi, ihracat



destek kredilerinin geliştirilmesi de beklentilerimiz arasında yer alıyor. **Yalın Altı Sigma sisteminizle 2000 yılından bu yana iyileştirme ve geliştirme yolunda şu ana kadar 40'ın üzerinde proje tamamladınız. Bu konudaki gelecek projelerinizden bahsedebilir misiniz?**

Bugüne kadar ağırlıklı üretim maliyetlerine odaklandık. Yaptığımız projelerle üretim süreçlerini daha yalın, verimli ve etkin hale getirerek, pazar payımızı artırmayı, kârlılığımızı büyütmeyi hedefledik. 2013 yılı birinci döneminde 25 projeye başlandı ve bitirildi. İkinci dönemde ise bugüne kadar 17 projeye başlandı. Ayrıca mevcut olan dokuz karakuşak ve 25 yeşilkuşak çalışanımıza 15 yeni karakuşak dahil edilecek.

İnsan odaklı şirket

- Şehir dışından gelenlere kira yardımı
- Yeni mezunlara kredi desteği
- 360 derece geri bildirim
- Kapıdan kapıya uygulaması ile servisleri birer eğitim ve rahatlatma ortamına çevirme



Ümit Ünal, tasarımlarında güçlü karakterleri ve toplulukları işlemeyi tercih ediyor.

Yalın ve aykırı tasarımcı ÜMİT ÜNAL

“Her modaya ilgi duyanın modacı olduğu bir ülkede moda olabilir mi?” Bu soruyu biz değil, dünyaca ünlü tasarımcı Ümit Ünal soruyor. Tasarımları 30 ülkede, 40 farklı butikte alıcı buluyor. Ama o bir moda tutkunu değil ve kendi giyiminde itinalı olmadığını söyleyecek kadar da cesur biri!

O nunla konuşurken zamanı unutuyorsunuz. Sizi egodan arınmış karakteriyle hipnotize ediyor. Tasarımlarıyla farklı dünyalara götürüyor. Zamanının çok ötesinde bir tasarımcı o. Ümit Ünal’ dan bahsediyoruz. Ünal, doğallıktan yana ve tasarımlarını karşısındaki bireylerin ihtiyaçlarına yönelik hazırlıyor. Modayla ilgisinin olmadığını, tasarımın ise niteliği sorgulanamaz bir kavram olduğunu söylüyor. Peki, neden o zaman bu sektörde? İşte bu soruya cevabı tasarımları kadar açık ve yalın: “Moda tutkunu değilim; ama iyi işler yapıp moda için enerjisi ve talebi olanlara sanatımla hizmet veriyorum”. Moda ve trendlere negatif yaklaşıp da, konu tekstil olunca Ünal oldukça pozitif! Kumaş konusunda Türkiye’yi yeterli gören ve şu an yalnızca bütün kumaşlarını buradan temin eden tasarımcı, sadece nitelikli aksesuar açısından yeterli malzemenin olmadığını dile getiriyor.

Sizin için hiçbir kalıba sığmayan tasarımcı diyebilir miyiz?

Kalıba sığamamaktan çok, tuhaf bulduğumdan insanlığın uydurduğu sistemlere ve tanımlara uyum sağlamak için çabalamıyorum diyebiliriz. Daha evrensel düşünmeye çalışıyorum. Saygı duyuyorum tasarıma ve samimiyetle konan her şeye. Kalıbın geçici, ruhun ise kalıcı olduğunun farkındayız.

Son koleksiyonunuz ‘Artcore – Hong Kong’u bizim için tanımlayabilir misiniz?

Artcore, son koleksiyonumun Hong Kong’da sergileniş biçiminin adıydı. Ama koleksiyonumun adı ‘Heaven’s Gate’ (Cennetin Kapısı). Michael Cimino’nun 1980 yapımı aynı adlı filminden esinlendim.

Western ve primitif yaşamlar ilgimi çekiyor. Uzun zamandır yararlanıyorum bundan. Paten üstünde keman çalan adam ve kasabada her yaştan insanın paten üstünde dans edişleri beni etkiledi. Bill Callahan’ın folk şarkılarından da beslendim.

“Moda tutkunu değilim”

Pek çok modacı “Kendi giyebileceğim şeyleri yapmaya çalışıyorum” der. Sizin için de aynı durum geçerli mi?

Tabii kişisel beğenilerim çok etkili; ama ben tasarımı karşımdaki bireylerin ihtiyaçlarına yönelik hazırlıyorum. Lüks tüketim değil; ama nitelikli ve anlamlı tüketim için doğru örnekler vermeye çalışıyorum. Doğal bir tarz ve yaklaşımım var. Tüm koleksiyonlarıma yansıyor bu. En önemlisi 30 ülkede, 40 farklı butik ve tasarım mağazalarında Ümit Ünal etiketiyle koleksiyonlarım satılıyor. Bu mağaza ve butiklerde devamlılığı koruyabilmek adına da koleksiyonlarımda



Ünal’ın ‘Karl Valentin’ adlı koleksiyondaki ilham kaynağı, aynı adlı Alman kara mizah ustası.

“LÜKS TÜKETİM DEĞİL; NİTELİKLİ VE ANLAMLILI TÜKETİM İÇİN DOĞRU ÖRNEKLER VERMEYE ÇALIŞIYORUM. DOĞAL BİR TARZIM VAR.”

aynı çizgiyi izliyorum. Tabii hepsi giyebileceğim tasarımlar; ama ben daha yalın giyiniyorum. Kendi giyimimde itinalı olmayı çok sevmiyorum. Moda tutkunu değilim; ama iyi işler yapıp moda için enerjisi ve talebi olanlara sanatımla hizmet veriyorum.

Artcore – Hong Kong’da deri ve kadife kumaşlar ağırlıkta. Niye bunları tercih ettiniz?

Kadife, deri, yün, el örgüleri, yıkanmış

Önceki koleksiyonlarında hüznü olduğunu söyleyen Ünal, 'Karl Valentin'le bunu kırıyor.

ipekler tekstil malzemeleri ve materyaller; kısacası farklı kullanma biçimleri beni mutlu ediyor. Erkek tasarımlarında daha çok yenilikçi figürlerle anlatmak da bana başka bir haz veriyor. Özellikle daha genç gruba yönelik işler yapmak da yeniliyor beni. Pantolon tasarımı en çok keyif aldığım

alan. En çok pantolonlarım ilgi görüyor ve satılıyor.

Modanın hep iki tanımı yapılmıştır: İnsanın kendine yakışanı giymesi veya salt bir tüketim aracı. Siz bunun neresindesiniz?

Farklı noktalar ve zamanlamalarda iki yaklaşım da önemli. İnsanın kendine yakışanı giymesi moda değil, kişinin stil ve tarzına yönelik bir sonuç. Modayı tam anlamıyla salt bir tüketim aracı olarak da görmüyorum. Moda, daha çok çoğunluğun aynı anda sahip çıkmasıdır. Ben, kendi duyumsadığım biçimle ilerliyorum. Uyum sağlamak için çabalamıyorum; ama bazen modayla denk düşüyoruz. **Tasarımlarınızı sanki maksimum 40 beden olan biri giyebilir.**

Zayıflığın, giysi ile yakışma durumunda iyi resim verdiğini düşünüyorum. İnsan ve giysi arasında rüzgâr dolaşabilmeli. Bunu daha estetik buluyorum. Ama bu demek değil ki üretmiyorum. Ümit Ünal tasarımları, XS bedenle başlayıp XXL olarak tüm bedenlerde üretiliyor ve dağıtılıyor. **Tasarım ve moda hangi noktada birbirinden ayrılıyor?**

Aslında net ayrımı çok kolay. Modanın, tasarım ile ilişkisi olabildiği gibi olmayabilir aynı zamanda. Bazen moda, nitelikli olma durumunu seçmiyor. Bir eğilim yaratıyor ya da yaratılmış bir eğilime uyuyor. Renk, moda olabiliyor. Tasarım, nitelikli olma durumunda daha değerli, metodik ve estetik yanları kuvvetli bir kavram. Bazen bir tasarım hiç anlaşılamıyor, hatta en azın tercih ettiği bir kesitte kalıyor. Bazı şeyler değerli olmasa da, moda olabiliyor ya da tercih edilebiliyor.

“Üretimde başarılıyız”

Bir röportajınızda Türkiye'yi moda ülkesi olarak görmediğinizi dile getirmişsiniz. Neden?

Moda ülkesi olmak için yaşam tavrının çoğunluğa ait bir noktada daha güncel ve estetik bir tercihe dayanması gerekli. Zevk tercihleri, hissediliyor olmalı. Türkiye'nin önceliğinde moda yok. Bir uyum olmalı o ülkede. Bizim gibi birçok ülkede moda yok. Zevk sorunu büyük. Tesadüfler, bencillik ve ego sorunu var. Her kişi kendi zevk algısını doğru kabul ediyor. Saptamalar ve süreklilik yok. Ben bunun bir yaşam kültürü olduğunu düşünüyorum. Eskiden tekstil ülkesiydi,

şimdi bu da değişti. Üretimde başarılı, ama düşünsel üretimde sektör çok gerilerde.

Her modaya ilgi duyanın modacı olduğu bir ülkede moda olabilir mi?

Moda eskiden bir lüks iken, şimdi kolay ulaşılabilen bir kavram haline geldi.

Moda, burada kolay ilgi duyulan bir meslek. Çok sayıda okul ve kurslar var. Her ürün kabul ediliyor. Tasarım, niteliği sorgulanamaz durumda ve sadece giysi üretmek gibi algılanıyor. Popüler bir yaklaşımla yaşıyor. Ben moda tasarımıyla ilgili bloggerların ve editörlerin, bu ülkede yazabilecek ne bulduklarına şaşırıyorum.

“Modanın seveni çok”

Koleksiyonlarınızdan en çok ‘Amish Family’ dikkat çekiyor. Yaşam tarzları, yaratım sürecinde önemli mi?

Benim de en sevdiğim koleksiyonlarımdan biri. Diğeri de Karl Valentin. Kendi yaşam biçimlerini, istedikleri gibi konumlandıran insanlar var bu dünyada. Ne pahasına olursa olsun kendi kalabilen insanlar bunlar. Güçlü

“TRENDLER VE MODA ASLINDA BİRBİRİNE HİZMET EDEN TANIMLAR VE TAVIRLAR. MODA, TRENDLERİN TUTARLILIĞINA DAİR BİR SONUÇ. AMA TRENDLER, ASLINDA BİR OLUŞUM.”

karakterleri ya da toplulukları işlemeyi seviyorum. Tabii bu güç, içe dönük ve sessiz, başka bir yaşam ritmi olan bir güç.. **Ümit Ünal tasarımları en çok hangi ülkeye uygun?**

Bunu yanıtlamak zor. Ben de her sezon dünyadan başka yanıt alıyorum. Geçen yıllarda Uzakdoğu, Hong Kong, Japonya ve Kore ağırlıktaydı. Bugünlerde ise en çok Los Angeles ve İngiltere'de Ümit Ünal tasarımları sahibini buluyor. Sanırım her ülkede yakın düşündüğümüz ve uyum sağladığımız insanlarla buluşuyoruz. **Trendlerin, günün birinde moda kavramını öldüreceğini söyleyebilir miyiz?**

Trendler ve moda aslında birbirine hizmet eden tanımlar ve tavırlar. Moda, trendlerin tutarlılığına dair bir sonuç. Sadece farklı grupların ilgileri ayrışıyor. Moda ile ilgili grup, bir bütünün parçası olmayı seviyor. Ama trendler, aslında bir oluşum. Moda etkisi azalır mı bilmiyor; ama şov dünyası, müzik, gösteriler, gece hayatı ve kutlamalar devam ettiği sürece sanırım moda da olacak. Modanın seveni çok. Ama ben bu anlayışın çok uzağındayım.



Tekstil açısından baktığımızda Türkiye'de istediğiniz her malzemeyi bulabiliyor musunuz? Türkiye, dünya genelinde nasıl bir yere sahip?

Türkiye'yi her türlü kumaş konusunda yeterli görüyorum. Daha önceleri İtalya, Japonya ve Türkiye'den seçimlerimi oluşturdurdum. Şimdiyse yalnızca Türkiye'den temin ediyorum. Ama hâlâ gelişmeyen kısımlar var. Bu ülkede nitelikli aksesuar oluşmuyor. Daha ucuz ve zevk açısından sorunlu aksesuarlar var. Erkek için aksesuar yok denecek kadar az ve bu konuda çok zorlanıyorum. Üreticilerin, doğru tasarımcılarla iş birlikleri oluşmadı. Ülkemdeki tasarımcıların ve sektörün ilişkilerini çok nitelikli gözlemleyemiyorum. Derin ilişkiler ve yansımaları yok. Kumaş, aksesuar, trend, renk ve yaratıcı fikir alışverişlerinin doğru okunmadığını düşünüyorum. Artık mutlak olan nitelikli ve özgün çalışmalar. Yoksa ileriye dönük yollar, çıkmaz sokaklarla şekillenecek. Türkiye'nin modadan çok tasarıma ve tasarım ürünlerine ihtiyacı var.



Bu yıl klasiğe yer yok! Türk modacıları geçtiğimiz aylarda, 2014 ilkbahar-yaz kreasyonlarını tanıttı. Sosyal medya, teknoloji ve bilimin ilham kaynağı olduğu koleksiyonların çoğunda, dijital ve art nouveau baskılar, neon renkler ve şeffaflık ön planda!

İLKBAHAR YAZ MODASI

Paris'e seyahat

Genç modacı Burçe Bekrek, 'Saluti Da Frascati' adlı koleksiyonunda sizleri Capri'den başlayıp Paris'e uzanan bir yolculuğa çıkaracak. Şeffali tonlarının ağırlıkta olduğu bu kreasyonda Bekrek, 1920'lerin en ikonik karakterlerinden Nancy Cunard'dan ilham alıyor.

Cesur yeni dünya

İlkbahar-yaz koleksiyonlarının en renklerinden biri de Günseli Türkay'a ait! Grafik tasarımcısı Berk Gül ile birlikte çalışan tasarımcı, doğa fotoğrafları ile mimari ve geometrik çizimleri iç içe geçmiş şekilde kullanarak, güçlü silüetler yaratıyor.

Sportif duruş

Krep, saten, file ve örme kumaşlar onun tasarımlarında aynı kombine bir araya geliyor. Genç tasarımcılardan Ece Gözen, 'Grafen' adlı koleksiyonunda, feminenliği sportif görünümlerin ardına gizliyor. Yeni stillere açık, cesur kadınlar için tasarlanan koleksiyonun tarzı 'sportcouture' olarak tanımlanıyor.

Siyah-beyaz birlikteliği

Ünlü modacı Hakan Akkaya, 2014 ilkbahar-yaz koleksiyonunu, Çağla Şikel'in baş mankenliğini yaptığı bir defileyle tanıttı. Modern ve iddialı kesimlerin ön planda olduğu kreasyonda, siyah ve beyazın yanı sıra lame ve dore de ağırlıkta.

Kabile ruhu

Koleksiyonlarında, bulunduğumuz coğrafyanın zengin tarihinden ve kültüründen esinlenen Gül Ağış, Lug Von Siga 2014 ilkbahar-yaz koleksiyonunda Yeni Zelanda yerli halkı Maoriler'den esinleniyor. Siyah, mercan kırmızısı, beyaz ve karamel renginin hâkimiyetinde olan koleksiyon ipek krep, deri, garza ve triko gibi farklı materyalleri bir araya getiriyor.

Baharın müjdecisi

Moda Tasarımcıları Derneği Başkanı Mehtap Elaidi, 'Cynara' isimli Kaf'dan by Elaidi 2014 ilkbahar-yaz koleksiyonunda, baharın habercisi olarak nitelendirilen enginar çiçeğinden ilham alıyor. 'Hashtag' işaretli tişörtlerle de dikkat çeken Elaidi, siyah ve beyazın yanı sıra yeşil rengi de tercih ediyor.

Güçlü ve sofistike

2014 ilkbahar-yaz koleksiyonunda ana ilham kaynağı olarak 1920'leri seçen Zeynep Tosun'un tasarımları, 20'lerde ve günümüzde yaşayan kadınların erkeksi kemik yapısını ve gizli seksiliğini ortaya çıkartıyor. Düşük omuz, sırt dekoltesi, transparan detaylar ve art nouveau desenler, koleksiyonun öne çıkan parçaları olarak dikkat çekiyor.

Renkli şenlik

Moda dünyasının en renkli ikilisi onlar: Deniz ve Begüm Berdan. Anne-kız, DB Deniz Berdan 2014 yaz koleksiyonunda, Hidirellez'den ilham alıyorlar. Klasik renklerin yerine nar çiçeği, hardal sarısı ve buz mavisi gibi renklerin ağırlıkta olduğu koleksiyon, çok parçalı kombinasyonlar ve desenlerle yılın en canlı kreasyonlarından.

GÜNDELİK FELAKET TEORİLERİ

MARISHA PESSL

Kitap

Gündelik felaket teorileri

Tuzak ve umutlarla dolu hayat sınavında yanılığa düşmek istemeyenler için vazgeçilmez bir rehber ve eğlenceli bir macera: 'Gündelik Felaket Teorileri'! Marisha Pessl'in tüm dünyada otuz dilde yayımlanan romanı, sıradan görünümü bir hayatın şaşırtıcı virajlar, kayıplar, cinayetler ve olağan facialarla örülen hikâyesini anlatıyor.

Kitap



Fotoğraflarla 'Bond efsanesi'

Efsane fotoğrafçı Terry O'Neill, 50 yıl boyunca James Bond'u sette ve kamera arkasında takip etti. Fanatikleri, bu karizmatik ajanın heyecan dolu maceralarını beyazperdenin büyüüne kapılıp izlerken, set arkası da birbirinden eğlenceli görüntülere sahne oldu. Sonra bir gün, o fotoğrafları anlatacak isimler bir araya geldi ve 'Bond Efsanesi' böyle doğdu. Caretta Yayıncılık da bu arşivlik eseri, Türk hayranlarıyla buluşturuyor.



Sergi

200. yıl anısına

Koç Üniversitesi Anadolu Medeniyetleri Araştırma Merkezi (AnaMed), fotoğraf sanatının önde gelen isimlerinden James Robertson'ı, doğumunun 200'üncü yılı anısına düzenleyeceği sergiyle ağırlamaya hazırlanıyor. Bahattin Öztuncay'ın küratörlüğünü üstlendiği ve Ömer M. Koç koleksiyonundan Robertson'a ait orijinal fotoğraf ve suluboya eserlerin yer alacağı sergi, 27 Kasım'da AnaMed Galerisi'nde ziyarete açılıyor. Sergiyi, 2 Şubat tarihine kadar gezebilirsiniz.

Tasarım harikaları İstanbul'da!

Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen moda ve endüstriyel tasarımcıları ile tasarım sektöründeki teknoloji, yaratıcılık ve son trendler, tek bir çatı altında toplanıyor: İstanbul Design Week! 27 Kasım – 1 Aralık tarihleri arasında KüçükÇiftlik Park'ta gerçekleşecek, 'Tasarım ve Kent' temalı etkinlikte sergiler, konferanslar ve atölye çalışmaları düzenlenecek.

Etkinlik

Tiyatro

Cesur söylemler

"Öfkeliyken çok güzeliz" diyecek kadar pozitif, kapitalizmi şişman bir adama benzetecek kadar açgözlü, dünya için yeterince önemli olmadığını itiraf edecek kadar cesur! DOT, 2013-2014 sezonuna bu sıfatları barındıran 'Makas Oyunları'yla başlıyor. Güncel ve politik kısa oyunlardan oluşan bu seçkide Deniz Türkali, Murat Daltaban, Pınar Töre, Tuğrul Tülek ve Enis Ankan gibi isimler rol alıyor.



Ruhu dinlendiren tınlar

İzlandalı piyanist, indie rock müzisyeni Olafur Arnalds, son albümü 'For Now I Am Winter'dan sevilen şarkılarını, hipnotize edici bir sahne performansı ile, 18-19-20 Kasım tarihlerinde, Salon'daki dinleyicilerini büyülemeye hazırlanıyor. Büyük ses getiren Barbican Hall konserinden sonra Sigur Ros ile Avrupa turnesine çıkan Arnalds, '3055', 'Raein' ve '1440' gibi şarkılarıyla dünya çapında büyük bir üne sahip!

Konser

Hayatta kalma sanatı

Suzanne Collins'in aynı adlı serisinden uyarlanan 'Açlık Oyunları', 'Ateşi Yakalamak'la devam ediyor. Açlık Oyunları'nı beklenmedik bir başarıyla kazanan Katniss Everdeen, bu sefer 'Quarter Quell' için yarışıyor. Partneri yine Peeta olurken; Katniss'in karşısına yeni ve daha dişi rakipler çıkıyor. Jennifer Lawrence, Josh Hutcherson ve Elizabeth Banks gibi isimlerin rol aldığı 'Açlık Oyunları: Ateşi Yakalamak', 22 Kasım'da gösterime giriyor.

Sinema

Meksika'nın divası: Lila Downs

Unutulmaz 'Frida' filminin Oscar adayı şarkısı 'Burn It Blue' ile hafızalara kazınan Meksikalı diva Lila Downs, yeni albümü 'Pecados y Milagros'un dünya turnesi kapsamında 20 Kasım'da İş Sanat'ta! Raul Midon, Arjantinli diva Mercedes Sosa ve ünlü İspanyol flamenko grubu Chambao'nun solisti La Mari gibi isimlerle yaptığı düetlerle de büyük ilgi gören Downs, Meksika'nın kökenlerini ve geleneğini Türkiye'ye getiriyor.

Konser





Bereketli topraklar ve denizler üzerinde

Bütün dünyanın peşinden koştuğu 'sağlıklı yaşam'ın formülü Vietnamlılarda, üstelik sır değil.

Pirinç tarlalarının ucu bucağı yok.



Ho Chi Minh'deki kaotik restoran bölgesi.



"Pho" denilen bol malzemeli çorba, ülkenin en ünlü yemeği.

Vietnam'daki durumu, "Ekmek yerine pirinç yiyorlar" diye özetleyebiliriz. Yemeklerde, sipariş etmeseniz de pirinç pilavı geliyor.



Her öğünde yediğimiz 'summer roll'lar (goi cuon) bağımlılık yapıyor

Yemeğin tadına bile bakmadan tuz serpenlerin Vietnam'da işi zor. Sofrada tuz ve karabiber bulunmuyor. İş, soslar üzerinden yürüyor.

Elimde yarım avuç pirinç, ağızımda bir lokma tatsız tutsuz cassava patatesi... Vietnam Savaşı sırasında, milyonlarca insanın bir günde yediği miktar bu. Ve rehberimiz, Cu Chi tünellerini ziyaret eden bizlerde empati yaratmak istiyor. ABD'ye karşı verilen savaşın kazanılmasında kritik rol oynayan üç katlı tünelleri, Güney Vietnam'ın Kuzey'e yardım eden gerillaları Vietkong'lar kazmış ve aylarca içinde yaşamış. Yeraltı mutfaklarından çıkan duman yeryüzüne tütüp yerlerini belli etmesin diye, uzak noktalara havalandırma delikleri açmışlar. Şimdi de Vietnamlılar, savaş koşullarında evrilen dayanıklılık ve zekânın ulaştığı noktayı, her yıl yaklaşık yedi milyon turiste gösteriyor.

Ülkenin yüzde 50'si çiftçi. Yemekler besleyici, şifalı otlar ve hareketli bir hayat, -bin yılların birikimi olarak- günlük yaşamın parçası. Otoban kenarlarında, etrafına yüzlerce izleyici toplamış orta yaşlı, kaslı adamlar güç gösterisi yapıyor, sonra da hazırladıkları kudret macunlarını isteyene sunuyorlar. Deniz kenarında gördüğümüz iki kişi siyah çöp poşetlerini tıka basa yeşil bir ota dolduruyor. Bir yosun cinsiymiş ve ilaç yapmak için topluyorlarmış.

Pirincin ülke için önemi malum. Durumu, "Ekmek yerine pirinç yiyorlar" diye özetleyebiliriz. Her yemekte, sipariş edilmeden pirinç pilavı geliyor. Yufkaları, makarnaları, şarap ve rakıları da pirinçten. Pirinç, Vietnam'ın 1986'da kapitalizmin bazı öğelerini benimsemesinin ardından kalkınmasını sağlayan en önemli ürün. Dünyaya en çok pirinç satan ülke de Tayland'dan sonra Vietnam. Özellikle bereketli Mekong Ovası sayesinde 2012'de 7.72 milyon ton pirinç ihraç etmişler. Rakamlar belki çok şey anlatmıyor; ama emek ve azmin boyutları şehirlerin hemen dışında başlayan tarlalarda açıkça görülüyor.

Labirent sokaklar

El değmemiş Vietnam yaşantısını görmek için Hanoi'deki Old Quarter'ın labirent sokaklarına girmek şart. Dünyanın en lüks tüketim mallarının satıldığı AVM'ye bir dakika uzaklıktaki mahalle, fotoğrafçılar için bir cennet. Yerde oturan güzel insanların etrafında yiyeceklerle dolu bambu sepetler, leğenler; tepeleme deniz mahsulleri, renkli meyveler, parlak yeşillikler... Üç-beş kişi imece halinde kabukluları ayıklıyor, salyangozları boylarına göre diziyor. Burada

adını bilmediğiniz şeyler, bildiklerinizden kesinlikle daha fazla.

Evde yemek pişmiyor

Vietnam evlerinde buzdolapları ya küçük ya da mevcut değil; yemek depolamak, pişirip saklamak gibi alışkanlıklar yok. Her şey sokaktan taze alınıp tüketiliyor. Her köşe başında bir tezgâh var. Satıcılar, önündeki kaplardan isteğe göre bir karışım hazırlayıp wok'ta pişiriyor veya çorba olarak servis ediyor.

Araba veya motosiklet sürmekten yorulduğunuzda, dizi dizi hamakları görünce sağa çekiyorsunuz. En yakın hamağa kendinizi atıp ayakları dikince hemen kahve servisi yapılıyor, ister buzlu, ister sıcak. Kahveyle arası olmayanlar için de hemen her yerde taze ve buz gibi Hindistan cevizi, mango, ananas, karpuz, şeker kamışı suları mevcut. İçine yoğurt veya süt ile buz eklenerek 'shake' de yapılıyor. Vietnam'da sebze-meyve haricinde başlıca yiyecek kesinlikle deniz mahsulleri. Çok çeşitli, ucuz ve lezzetli. Ülkenin 3 bin 500 kilometrelik kıyı şeridindeki binlerce yüzer köyde deniz çiftliği yapılıyor. Gün batımında suların gelgitte çekilmesiyle,

çoluk çocuk herkes paçaları sıvayıp salyangoz, midye gibi kabukluları, satış için topluyor. Sonrasında, sahilde mangal yapıp soğuk birayla karınlarını doyuruyorlar.

Çubukla mücadele

Sofra adabı konusunda, "Pilavı çubukla nasıl yiyeceğim?" diye endişelenenler müsterih olsun. Bizim buralarda "Görgüsüzlük" addedilen kâseyi ağza yaklaştırıp lüp lüp içme tekniği Vietnam'da doğal karşılanıyor. Çok zorlananlar, iki çubuğu bitleştirip, kullanışsız bir kaşığa dönüştürebilir ve el çabukluğuyla dikkat çekmemeyi başarabilir.

Sonuç olarak; Vietnam'da aç kalınmaz. İşin güzel yanı, kilo da alınmaz. Yemekler sağlıklı ve şifalı. Sokakta kilolu insana rastlamak, bağımsızlık hareketi lideri Ho Chi Minh'den hürmetle bahsetmeyene rastlamak kadar zor.



Kuru ekmek

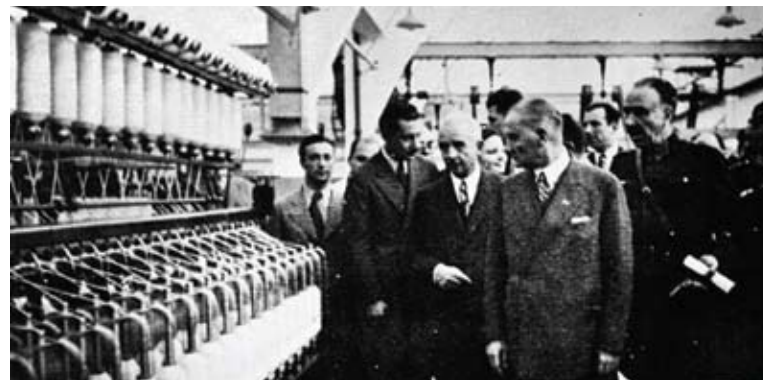
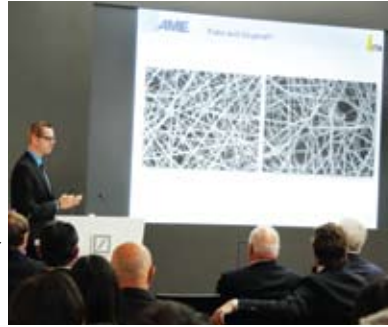


WHO SAID 'NO ONE BUYS TEXTILE SHARES ON THE STOCK MARKET?'

The perception of the textile sector, which has been suffering from numerous problems, on the stock market is not sparkling, particularly due to competition from the Far East. Investors have long shied away from the textile sector, either because they found it too speculative or deemed it not profitable enough; this is because the “unprofitable” and “untrustworthy” returns of textile companies on the stock market are of the distressing variety. A comparison of all the companies on the stock market with their counterparts from the textile sector reveals a record profit haul of 1,462% on the Borsa İstanbul index for the former since 1999. The index, which fell to 5,081 points at the time on the back of the financial crisis in Turkey, had hit 80,000 as of 24 October 2013. In other words, an investor who bought one lira of stock in 1999 would now have 14 liras on Borsa İstanbul. In 14 years, investors' money has gone up 14-fold, rising one-fold each year. In the last 14 years, the returns of the textile sector on the stock market are somewhat behind their counterparts from other industries, but not appreciably. An investor who bought one lira of stock in the textile sector in 1999 would now have 11 liras, as the textile sector has grown by 1,126%.

THE 2025 AIM FOR TEXTILES!

The second Euratex conference was held 4-5 November 2013 in Berlin with the collaboration of the German Textile and Style Confederation (GTM), one year after the Union of Turkish Textile Industry Employers held the first edition of the conference – which is slated to become an annual event – in İstanbul. The conference served to show that despite all the difficulties in the EU, one of the world's most important producers and markets for the industry, Europe will continue to be of paramount importance for the textile and ready-wear sector. Furthermore, it appears likely that the EU's research and development expenditures in high-tech textiles are set for a sustained continuation. During the conference, participants discussed how technological developments in the sector can be applied to different areas and methods of production, as well as the textile sector's potential for collaboration with a number of different industries, from medicine to construction to aviation. Attendants noted the fact that quality, trust, fashion and brand awareness were developing in classical textile products in new markets would provide important advantages to the EU, while also discussing the importance of increasing access to markets in emerging countries.



Understanding Sümerbank

Blazing a pioneering trail with its “three-part system” that included facilities, factories and machines necessary for production, stores to showcase these products and a banking system to facilitate production and handle incoming cash, Sümerbank presented a necessarily perfect system for the development of a country. More than 80 years have passed since Sümerbank's founding, while the lender was privatized in 1995. On the 75th anniversary of Mustafa Kemal Atatürk's passing, it is appropriate to remember Sümerbank's story, particularly in regards to its contributions to the Turkish economy in the republican era. Perhaps it is necessary to stop every 10 November, the anniversary of Atatürk's passing, look at what he did, and draw lessons.



NEW MARKETS IN THE TEXTILE AND READY-WEAR SECTOR

As a result of a combination of the global crisis contracting the sector in traditional markets like Europe and the potential offered by countries like China and India, the sector has begun to focus on previously untapped but potentially important countries like Brazil, Korea and Japan.

The map of the textile and ready-wear sector is beginning to change thanks to the linkages formed with these new markets. These countries' potential has whetted the appetite of textile and ready-wear producers, since their large populations mean there is a great chance for business for players in the sector. At the moment, Turkish producers are attempting to gain a foothold in the countries by participating in fairs and signing business agreements.



The rules of the game are changing!

According to DHL's Fashion and Textile Logistics 2013 report, the internet – particularly in terms of speed, flexibility and the ability to respond to sudden changes, as well as issues such as control – has changed the rules of the game in the new world, becoming a guide for sector professionals. Amid the cutthroat competition of the textile sector, the report illustrates the necessity of retailers and producers deploying sophisticated chains of procurement to service the demands of consumers who expect round-the-clock service. The report also provides hints on developing effective procurement chains with the ability to offer quick responses to changes in the world market in any corner of the globe, the flexibility to tailor themselves to the needs of products and services and the capability of protecting profit margins.

KASIM 2013

INTERSELECTION
02.11.2013-04.11.2013
Paris (Fransa)
Hazır giyim, moda ve aksesuar.

DEFENCE AND SECURITY 2013
04.11.2013-07.11.2013
Bangkok (Tayland)
Savunma ve güvenlik.

KORTEX
06.11.2013-09.11.2013
Daegu (G. Kore)
Tekstil, tekstil makineleri.

FAST FASHION TOUR
07.11.2013-08.11.2013
Londra (İngiltere)
Dokuma ve örme
hazır giyim, aksesuar.

DALLAS INTERNATIONAL ART, ANTIQUE & JEWELRY SHOW
07.11.2013-11.11.2013
Dallas (ABD)
Ev dekorasyonu.

INTERNATIONAL FAIR OF CUTTON PRODUCTS OF TURKMENISTAN
07.11.2013-09.11.2013
Aşgabat (Türkmenistan)
Tekstil fuarı.

HISTORIC ALEXANDRIA ANTIQUE SHOW
11.11.2013-13.11.2013
Alexandria (ABD)
Ev dekorasyonu, tekstil, halı.

WINTER OLYMPIA INTERNATIONAL ART AND ANTIQUES FAIR
12.11.2013-18.11.2013
Londra (İngiltere)
Ev dekorasyonu, halı.

INDEX
12.11.2013-14.11.2013
Cidde (S. Arabistan)
Mobilya ve dekorasyon .

FILTRATION
13.11.2013-15.11.2013
Şikago (ABD)
Teknik tekstil.

IMPORT SHOP BERLIN
13.11.2013-17.11.2013
Berlin (Almanya)
Tüketici malları, tekstil, deri, ayakkabı, halı, seramik ve hediyelik eşya vb.

BLACK SEA LETEX - INTERNATIONAL TRADE FAIR
14.11.2013-17.11.2013
Kişinev (Moldova)
Tekstil ve giyim makineleri.

MOLDOVA FASHION EXPO
14.11.2013-17.11.2013
Kişinev (Moldova)
Hazır giyim, tekstil makineleri ve hammadde.

CHIBIMART INVERNO
15.11.2013-18.11.2013
Milano (İtalya)
Moda, aksesuar, bijuteri.

MEBEL 2013
18.11.2013-22.11.2013
Moskova (Rusya)
Mobilya fuarı.

MILIPOL - INTERNATIONAL EXHIBITION OF INTERNAL SECURITY
19.11.2013-22.11.2013
Paris (Fransa)
Savunma fuarı.

BCN RAIL INTERNATIONAL RAILWAY INDUSTRY SHOW
19.11.2013-21.11.2013
Barselona (İspanya)
Demiryolu fuarı.

TEXCARE ASIA
19.11.2013-21.11.2013
Şanghay (Çin)
Tekstil makine ve ekipmanları.

VTG 2013
21.11.2013-24.11.2013
Ho Chi Minh (Vietnam)
Tekstil ve makineleri.

15. ATF
21.11.2013-23.11.2013
Cape Town (G.Afrika)
Hazır giyim, tekstil ve ayakkabı.

PITTI IMMAGINE MODAPRIMA
23.11.2013-25.11.2013
Floransa (İtalya)
Giyim ve moda.

NT AND TT SHOW BRAZIL 2013
26.11.2013-28.11.2013
Sao Paulo (Brezilya)
Tekstil, tekstil makineleri ve teknolojileri.

TISSU PREMIER-EUROPEAN FABRIC PREVIEW
27.11.2013-28.11.2013
Lille (Fransa)
Tekstil, giyim, iç giyim ve ev tekstili.

DENİM BY PREMIERE VISION
28.11.2013-29.11.2013
Paris (Fransa)
Kumaş fuarı.

NEW LOOK 2013
28.11.2013-03.12.2013
Al Ain (BAE)
Tekstil, hazır giyim.

PREMIERE VISION DENİM BY
28.11.2013-29.11.2013
Paris (Fransa)
Tekstil, hazır giyim ve denim.

ARALIK 2013

INDIA ITME 2013
02.12.2013-07.12.2013
Bombay (Hindistan)
Tekstil fuarı.

CLOTHESHOW LIVE
02.12.2013-07.12.2013
Birmingham (İngiltere)
Giyim, moda.

EUROMOLD 2013
03.12.2013-06.12.2013
Frankfurt (Almanya)
Ev eşyaları, aydınlatma, dekorasyon.

BRIDEX 2013
03.12.2013-07.12.2013
Jerudong (Brunei)
Savunma sanayii.

THE HOME SHOW
09.12.2013-11.12.2013
Muskat (Umman)
Ev dekorasyon.

MOTHER, BABY AND CHILD SHOW
12.12.2013-14.12.2013
Dubai (BAE)
Bebek, çocuk ürünleri.

INT FURNITURE SALON
12.12.2013-15.12.2013
Tiflis (Gürcistan)
Mobilya ve ev tekstili.





Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası

Metrocity A Ofis Blok Büyükdere Cad. No: 171 K.19 34330 1. Levent - İstanbul

Tel: (0212) 344 07 77 (Pbx) Fax: (0212) 344 07 66-67

www.tekstilisveren.org.tr info@tekstilisveren.org.tr